

## PROGRAMME DE FORMATION



CCI LANDES



DES HOMMES ET DES FEMMES POUR ENTREPRENDRE

INTRA /// INTER /// SUR MESURE /// [www.formationccilandes.fr](http://www.formationccilandes.fr)

## BATIR SA STRATEGIE DE COMMUNICATION CLIENT – 2 JOURS

**Objectifs de la formation**

- Disposer d'une méthodologie pour évaluer les besoins de communication et établir un diagnostic.
- Élaborer un plan de communication cohérent avec la culture et la stratégie de l'entreprise.
- Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions de communication.

**Modalités : Action de 14 heures en présentiel, inter ou intra entreprise.**

Animée par un formateur qualifié et expérimenté via des apports théoriques, exercices interactifs et mises en situations sur cas pratiques.

**Validation :** Validée par une attestation d'acquis.

**Public :** Dirigeants et salariés

**Prérequis :** Aucun

**Date, Lieu et Tarif :** [www.formationccilandes.fr](http://www.formationccilandes.fr) - rubrique calendrier ou nous consulter (devis)



## CONTENU PÉDAGOGIQUE INDICATIF

**Identifier les grands principes, les missions et les objectifs de la communication**

- Les fondamentaux de la communication : enjeux, objectifs, acteurs et relais.
- La démarche de communication.

**Évaluer les besoins de communication : établir le diagnostic**

- Les étapes d'un audit de communication : les méthodes de recueil d'information (enquêtes qualitatives/quantitative...); le choix des leviers les plus adaptés au contexte pour identifier les besoins de communication ;
- établir des repères pour évaluer la communication interne et bâtir un tableau de bord (méthodes, périodicité, indicateurs...).

**Concevoir un plan de communication au service de la stratégie de l'entreprise**

- Bâtir sa stratégie de communication en fonction du contexte et des cibles prioritaires.
- Définir des objectifs mesurables.
- Choisir les outils adaptés : communication managérial, réseaux sociaux, communication commerciale...

**Planifier et budgéter les actions de communication**

- Définir le calendrier et les moyens financiers et humains en fonction des priorités stratégiques : chiffrer les ressources nécessaires, élaborer le budget prévisionnel et suivre le budget.

**Partager les enjeux du marketing**

- Faire un diagnostic de l'activité commerciale (concurrence...)
- Réaliser le diagnostic interne de l'entreprise (outil SWOT), Evaluer le potentiel commercial
- Etude de la zone de chalandise - Cibler la clientèle et découvrir son parcours d'achat



## VOTRE CONTACT

Marie-Luce FERRY, Responsable du service Formation

SIRET : 184 00002400010 - N° de déclaration d'activité : 7240 P 003840

Tél. 06 79 92 47 15 – [ml.ferry@landes.cci.fr](mailto:ml.ferry@landes.cci.fr)