

## Ref0405 – Réussir la communication interne et la communication publique

[formation@athegos.com](mailto:formation@athegos.com)

Tél. Cotonou : +229 21 32 55 14

Tél. Abidjan : +225 21 35 80 65

Tél. Paris : +33 9 72 24 96 02

[www.athegos.com](http://www.athegos.com)

### Présentation

Une communication réussie est un accélérateur de la cohésion interne des organisations, de l'adhésion des parties prenantes d'un projet ou d'un changement, mais aussi de l'image perçue, de la qualité des relations avec les entités extérieures à l'organisation.

Ce séminaire intensif de deux semaines est destiné aux professionnels chargés de la communication ou devant communiquer, chargés du protocole et/ou de la communication publique, désireux d'acquérir ou d'approfondir la maîtrise des processus, techniques et outils de la communication interne et externe.



**Une tablette offerte avec des outils réutilisables**

### >> Objectifs de la formation

- Acquérir une méthode et des outils de définition des besoins en communication interne, externe et publique
- Acquérir une démarche détaillée et outillée d'élaboration du plan de communication, de gestion des relations avec les communicants externes
- Acquérir des outils de suivi et de supervision du déploiement d'un plan de communication
- Savoir évaluer une action de communication.
- Savoir élaborer et déployer des tableaux de bord de suivi et de contrôle des actions de communication.
- Acquérir une démarche et des outils pour gérer les crises (modèles d'anticipation, communication).
- Elaborer et déployer efficacement une stratégie de communication de crise

Référence : Réf. 0405

Prix : 4000 € HT

Durée : 10 jours/ 2 semaines

### Les points forts de la formation

- ⊕ Des méthodes immédiatement applicables
- ⊕ Des formateurs, Consultants internationaux de la communication et des relations publiques
- ⊕ De nombreuses études de cas
- ⊕ Un suivi gratuit post formation de 3 mois par un Consultant ATHEGOS

### >> Public

- Responsables de la communication interne/externe, Responsables des relations publiques, Chefs d'entreprises, cadres dirigeants, managers fonctionnels ou opérationnels devant travailler avec la fonction communication interne et/ou avec une agence externe.

### >> Prérequis

Aucun

### >> Programme de la formation

#### Communication : concepts, objectifs, missions de la fonction

- Concepts : pourquoi, enjeux, acteurs et rôles
- Rôles principaux :
  - Dirigeants
  - Cibles
  - Responsable de la communication
  - Correspondants de la communication
  - Agences et communicants externes
- Processus de communication
  - Vue d'ensemble
  - Activités, pratiques, acteurs, cycles et institutionnalisation

## Besoins en communication : processus d'expression

- Diagnostic de la communication, besoins latents, objectifs spécifiques
- Diagnostic de la communication : démarche, méthode et outils
- Evaluation des cibles et spécificité des besoins
- Besoins spécifiques et méthodes/outils de clarification (QQOQCCP, approche quantitative/qualitative, etc)
- Alignement des besoins en communication sur les objectifs stratégiques de l'entreprise.
- Elaboration du cahier des charges

## Elaboration du plan de communication

- Analyse des objectifs de communication et décomposition en objectifs réalisables
- Analyse de l'environnement de l'entreprise : valeurs et image, état des cibles.
- Définition de l'approche de communication
  - La communication interne et la communication participative
  - La communication externe et la communication institutionnelle
  - Les relations publiques et institutionnelles
    - Techniques d'élaboration des discours publics
    - Préparation des interventions publiques (écrites, orales, web, etc.)
    - Prise de parole, communication verbale et non verbale
    - Gestion du temps, du stress, et de l'image.
- Définition des moyens techniques, des supports et medias (communication managériale, relations publiques, édition, Web, communication commerciale, presse, ...).
  - Atouts et limites des outils : écrit, image, web...
  - Objectifs / cibles visées et choix des outils (événementiel, relations presse, mécénat, parrainage, lobbying, réseaux sociaux...)
  - Vecteurs de diffusion de l'image : logo, charte graphique, signalétique, identité sonore et visuelle...
- Définition de l'organisation et des ressources humaines
  - Tâches et responsabilités
  - Fonction communication interne
  - Spécificités
  - Positionnement dans l'organisation
  - Dimensionnement de l'équipe
  - Rôles clés, responsabilités et reporting
- Finalisation de l'organigramme des tâches
- Définition et allocation des activités aux communicants externes
  - Critères de sélection, négociation
  - Cycle de communication
  - Suivi et supervision
  - Jalons et évaluations
  - Bon de commande
    - Brief et commande de communication
    - La fiche 3 « P » et le triangle « cible, objectifs, outil »
- Définition des activités et outils de suivi et de supervision
- Définition des méthodes et outils d'évaluation de l'efficacité de la communication
  - Analyse des objectifs du plan de communication
  - Suivi et supervision des actions de communication : indicateurs et tableaux de bord
  - Méthode de construction et de mise en œuvre d'un système de mesurage : la méthode **MECOTAB™**
  - Définition des indicateurs pertinents à partir des objectifs : identification préliminaire des tableaux de bord
  - Technique d'identification des processus contributifs
  - Construction du modèle de métriques
  - Construction des tableaux de bord
  - Techniques de déploiement, de communication, de révision et de capitalisation.
  - Contribution du système de mesurage au processus d'amélioration de l'efficacité de la communication interne/externe
  - Plan de mesurage et déploiement
- Estimation des charges, coûts et délais. Déduction du budget prévisionnel.
- Elaboration et validation du planning

## Déploiement du plan de communication

- Déploiement du plan
- Suivi et supervision
- Reporting, analyse, évaluation, ajustement
- Bilan

## Communication de crise

### *Anticiper les crises*

- Potentiel de crise dans l'organisation : modèles, évaluation
- Caractérisation de l'environnement : parties prenantes, manifestations observables, occurrences, gravité, conséquences
- Modèles systémiques de déclenchement, analyse
- Veille active
- organisation
  - Rôles : coordinateur, porte-paroles, experts internes et externes.
  - Modes de fonctionnement, stratégie partenariat-alliés
  - Méthodes et outils : site fantôme, journal de bord, argumentaires, procédures, mediatraining, scénario et simulation de crise...

### *Organiser la communication de crise*

- Cycle de gestion : vue d'ensemble
- Riposte : tactiques et déploiement
- Messages : communiqué de presse, interview, point et conférence de presse.
- Coordination : interne-externe, partenaires-alliés
  - Relais interne, acteurs
  - Relais externe, acteurs

### *Analyser les effets de la crise*

- Retour d'expériences
  - Interne
  - Externe : retombées de presse, sondage d'opinions, volumes de vente, etc ...

## Informations pratiques

### Avant la formation

- **Inscription :**  
L'inscription à nos sessions de formation se fait en cliquant sur le bouton « s'inscrire » (suivez ensuite les instructions) ou au moyen d'un bulletin d'inscription que vous pouvez télécharger directement avec la fiche de formation.
- **Centre de formation, déplacement :**  
Les centres de formations en France sont situés à Paris.  
Pour l'Afrique, le centre de formation sera précisé pour chaque session.  
Après validation de l'inscription, des instructions précises sont données par courriel pour faciliter l'accès aux centres de formation.
- **Hébergement :**  
Dans la mesure du possible et quand cela est nécessaire, nos services peuvent organiser/faciliter l'hébergement des participants.
- **Travaux préparatoires :**  
Pour certaines formations, il sera nécessaire de lire des documents avant le début de la formation. Ces documents sont, le cas échéant, envoyés aux participants quelques jours avant le début de la session.

### Pendant la formation

- **Pédagogie :**

Les Formateurs d'ATHEGOS sont des professionnels expérimentés ; ils sont, avant tout, des consultants en activité et experts dans leurs domaines d'intervention.

Ils ont une expérience professionnelle de plusieurs dizaines d'années et occupent / ont tous occupé des fonctions de management et pour certains de direction générale.

L'expérience de nos formateurs, en tant que consultants, a été acquise en industrie (spatial, défense, automobile, télécom, etc.), dans les services et dans l'administration.

Les formations sont conçues pour déployer et utiliser des outils immédiatement opérationnels. C'est pour cela que trois outils pédagogiques sont utilisés dans le déroulement des formations :

- o Etudes de cas en petits groupes, exposés et partage d'expériences.
- o Apprentissage d'outils au travers d'exercices tirés de cas réels, et réutilisables immédiatement en entreprise.
- o Jeux de rôles.

- **Déroulement de la formation :**

Nos horaires sont habituellement les suivants :

Matin : 9h-12h avec deux pauses (sauf le premier jour : 8h30-12h)

Repas-pause : 12h-13h30 ; les repas sont pris sur place ; les frais sont en sus et à la charge des participants sauf précisions particulières.

Après-midi : 13h30-17h30 avec deux pauses (17h le dernier jour).

- **Evaluations** : A la fin de la session, les participants évaluent la formation au moyen de fiches qui leurs sont distribuées. Les résultats de ces évaluations sont envoyés aux responsables de formation (entreprises des participants) et sont conservées pour améliorer la qualité des formations d'ATHEGOS.

**Après la formation**

- **Suivi** : Durant les trois mois suivant la fin de la formation, le consultant-formateur reste en contact avec les participants qui le souhaitent pour répondre à leurs questions (mail) et en particulier lorsqu'ils sont amenés à utiliser de suite les outils acquis.