

### **OBJECTIFS :**

#### **Traduire en actions les choix d'orientation et la stratégie déterminée par la gouvernance.**

- Traduire en actions les choix d'orientation et les priorités.
- Organiser la politique et les moyens de communication.
- Organiser le suivi de la visibilité sur internet et les réseaux sociaux.
- Connaître les règles de communication sur internet et les réseaux sociaux.

### **PRÉREQUIS & ACCESSIBILITÉ :**

#### **Prérequis :**

Connaissances de base en marketing et communication.

#### **Accessibilité :**

- Public : Responsables commerciaux, responsables marketing, chargés de communication.
- Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap, merci de consulter notre référent handicap.

**DURÉE : 3 jours / 21 heures**

**V24.1**

**màj : 10/24**

### **Méthode pédagogique et encadrement :**

Cette formation est animée par un formateur expert dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées selon les critères qualité d'Aptitudes 21.

L'animation est composée d'apports théoriques, de mises en situations professionnelles et d'exercices pratiques.

### **Moyens pédagogiques :**

Ordinateurs, logiciels, tableau blanc, vidéo-projecteur, écran.

En fin de formation, vous aurez un accès à la plateforme pédagogique Aptitudes 21 sur laquelle vous pourrez consulter et télécharger vos supports de formation.

### **Modalités d'évaluation des objectifs et des résultats :**

L'évaluation des objectifs se fait par le formateur, pendant la formation avec les exercices pratiques, les interactions et les mises en situation pratiques.

Le formateur complète un livret d'évaluation selon une grille de compétences précise.

**Lieu :** 61/69 rue Camille Pelletan  
Espace Emeraude  
33150 Cenon

---

# Contenu de la formation

## Introduction au plan d'actions de communication

- Présentation des enjeux d'un plan d'actions de communication.
- Compréhension des attentes de la gouvernance et des objectifs stratégiques.

## Traduire les choix stratégiques en actions concrètes

- Identification des orientations stratégiques.
- Transformer la stratégie en plan d'actions
- Analyse des priorités et de leur impact sur les actions de communication.

## Définition des priorités et organisation des actions

- Établir un plan d'actions aligné sur les priorités identifiées.
- Organisation des moyens de communication : supports, outils, et ressources.
- Collaboration avec les différents acteurs pour garantir la cohérence des actions.

## Communication et visibilité sur internet et les réseaux sociaux

- Maîtriser les techniques de communication sur internet.
- Planification et organisation des campagnes de communication en ligne.
- Gestion des réseaux sociaux : sélection des plateformes, création de contenu adapté.
- Suivi des performances des campagnes en ligne.