



# Formation stratégie de communication

Construire une stratégie de communication efficace est nécessaire pour faire rayonner une marque, toucher ses cibles et atteindre ses objectifs business. Il ne s'agit plus seulement de diffuser un message, mais de concevoir des campagnes alignées sur la stratégie globale de l'entreprise.

Cette formation vous accompagne dans toutes les étapes clés de la communication : diagnostic, définition des cibles, choix des messages, élaboration du plan média, budgétisation et évaluation des performances.

À travers des cas concrets, des outils opérationnels et des ateliers pratiques, vous bâtirez un plan de communication adapté à votre contexte, vos ressources et vos ambitions.

---

**DURÉE** : à partir de 1 jour,  
sur-mesure

**TARIF** : nous consulter,  
prise en charge OPCO

## OBJECTIFS

- Élaborer une stratégie de communication cohérente avec les objectifs de marque
- Structurer un plan de communication clair et opérationnel
- Identifier les cibles, les messages et les canaux de diffusion les plus pertinents
- Savoir construire un budget, planifier une campagne et en mesurer les performances
- Comprendre le rôle des différents médias dans une stratégie multicanal

## POUR QUI ?

- Responsables communication et marketing
- Dirigeants, chefs de projet ou entrepreneurs
- Étudiants ou professionnels en reconversion dans les métiers du marketing
- Toute personne amenée à concevoir ou piloter un plan de communication

---

## PROGRAMME

### Comprendre les fondamentaux de la stratégie de communication

- Tendances actuelles en communication
- Place de la communication dans la stratégie marketing
- Types de communication : notoriété, image, relation, comportement

### Élaborer un diagnostic structuré

- Analyse de la situation interne et externe
- Étude de la concurrence et de l'environnement média
- SWOT de communication et définition des enjeux clés



## Définir ses objectifs et ses indicateurs

- Objectifs quantitatifs et qualitatifs
- Objectifs de communication vs objectifs marketing
- Définition des KPI et indicateurs de suivi

## Identifier ses cibles et construire des personas

- Cibles de marque et cibles de communication
- Segmentation, influenceurs, prescripteurs
- Création de personas pour mieux adapter les messages

## Choisir les supports et planifier ses campagnes

- Panorama des médias : paid, owned, earned
- Médias traditionnels et digitaux
- Élaboration du média planning

## Budgétiser et piloter sa stratégie

- Techniques de détermination du budget
- Allocation des ressources selon les canaux
- Équilibre création/diffusion/suivi

## Mesurer l'impact et ajuster ses actions

- Suivi des performances (notoriété, engagement, ROI)
- Reporting, bilans de campagne, analyse des résultats

**DATE**

Contactez-nous pour organiser une session sur-mesure