

# Construire son plan de communication

**Public visé :**

Ce cours s'adresse à toute personne amenée à travailler dans un service marketing, / communication : chargé(e) de communication, chef de projet, assistant(e) de direction ...

**Durée de la formation :**

2 jours

**Moyens méthodes :**

Alternance de théorie et pratique. Un ordinateur par stagiaire. Le support du cours est fourni à l'issue de la formation

**Modalités d'organisation :**

Formation animée en présentiel. Action en groupe ou individuel.  
Horaires : 9h-12h30 / 13h30-17h

**Pré-requis :**

Aucun

**Objectifs pédagogiques / Compétences visées**Objectifs pédagogiques

Présentation d'un plan de communication : intérêt, définition, type de plan, objectifs, acteur, enjeux, cibles, messages, moyens, planification et actions de communication.

Construction du budget : méthodologie de construction budgétaire, indicateurs et ROI.

Compétences visées :

A l'issue du module les élèves auront abordé les notions clés du plan de communication. Ils devront être capables de construire un plan de de communication avec le recul nécessaire, les bons outils et méthodes.

Ils sauront budgétiser un plan de communication, le suivre en mettant en place des KPI et calculer le ROI

**Programme :**

Concevoir son plan de communication

- Définition du plan de communication : Intérêt, objectif, acteur ...
- Les différentes formes de plan
- Les préalables au plan de communication : l'audit, benchmark, ...

Réaliser le plan de communication



- Définir ses objectifs
- Positionnement et message
- Cibles et moyens

#### Budget et pilotage

- Budgétiser le plan de communication : construction du budget,
- Mise en place de KPI et calcul du ROI
- Piloter et suivre le plan : méthode et outils

#### Les plans thématiques

- Les plans par cibles
- Les plans par thèmes
- Les plans liés à un projet ou à un événement
- Les plans selon le statut de l'organisation

Mise en application des différentes notions avec un cas concret