

MODULE

> COMMUNICATION

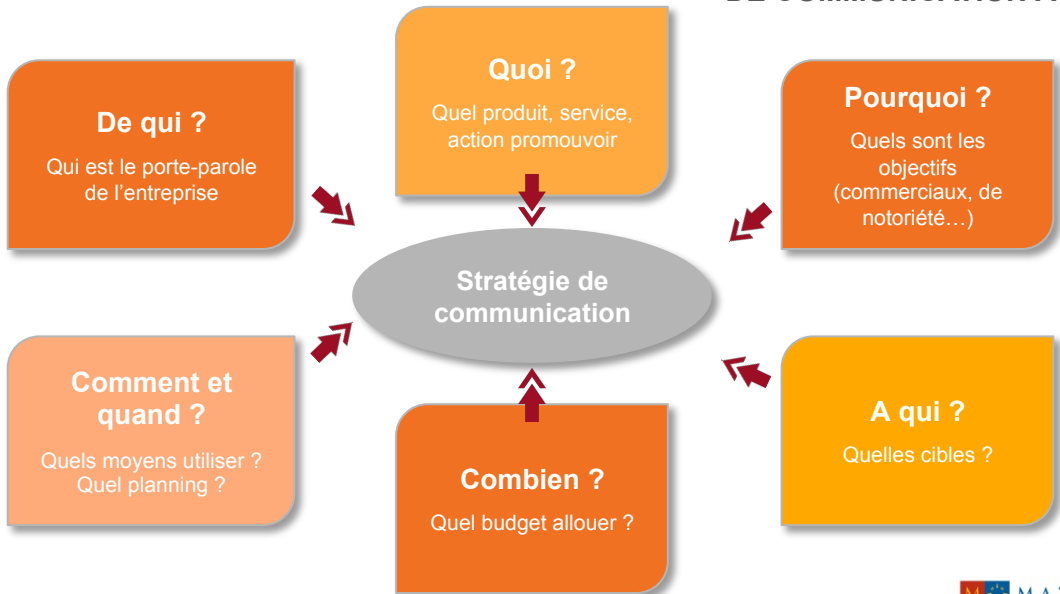
THÈME 1

> COMMENT METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE  
DE COMMUNICATION



- 1. Objectifs de la communication**
- 2. Préalables à l'élaboration d'une stratégie de communication à 360°**
- 3. Stratégie de communication interne**
- 4. Stratégie de communication externe en 3 phases**
- 5. Points à retenir**





## Communication Interne

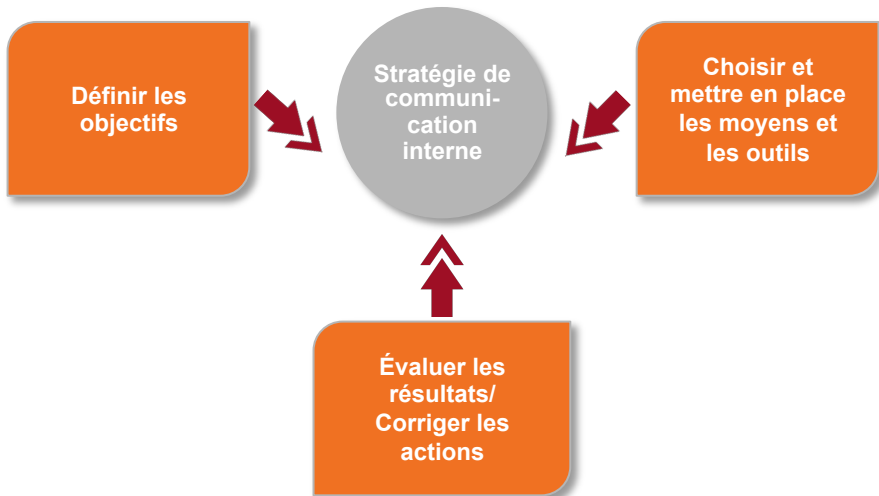
### OBJECTIFS

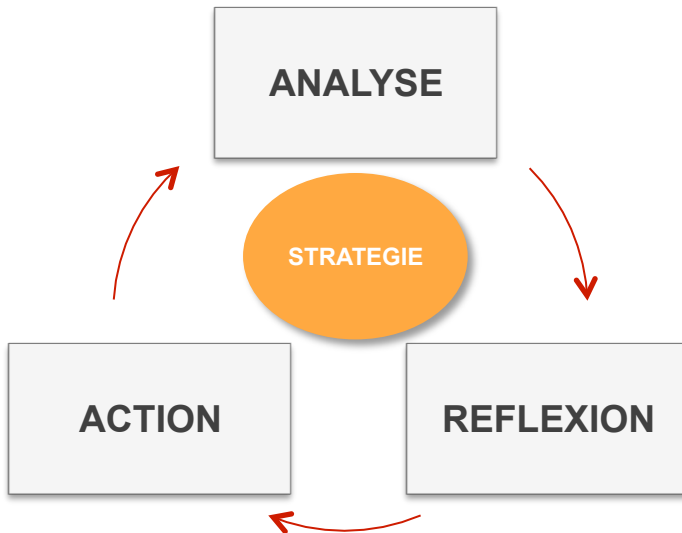
- > Motiver les équipes, les fédérer autour d'un projet, les mobiliser
- > Développer le sentiment d'appartenance
- > Informer : expliquer une nouvelle orientation, organisation...
- > Partager les résultats/performances

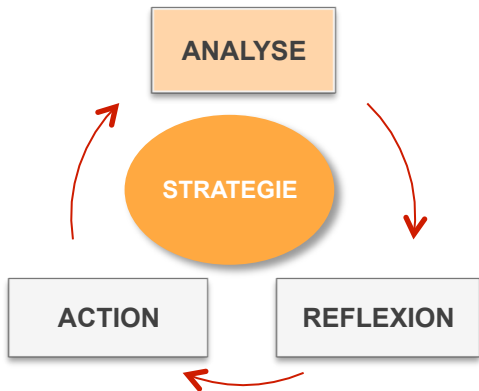
## Communication Externe

### OBJECTIFS

- > Mieux insérer l'entreprise dans son environnement
- > Promouvoir ses produits/services
- > Préserver et/ou modifier son image
- > Fidéliser les clients, en conquérir de nouveaux, entretenir des relations avec toutes les cibles (partenaires, médias...)



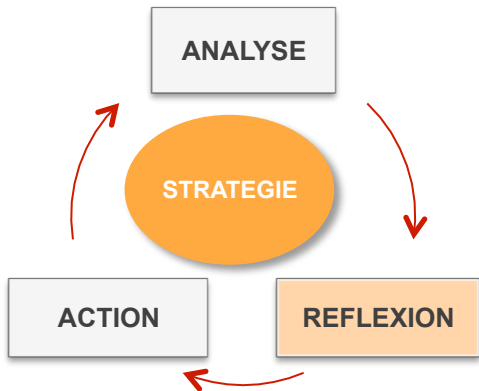




## ANALYSE

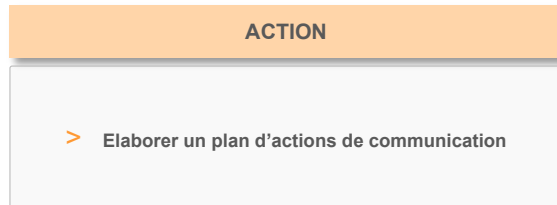
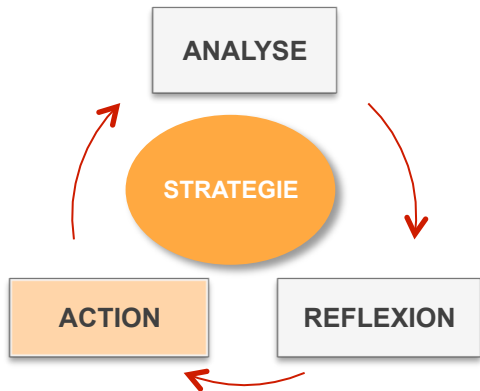
- > Analyser l'environnement de l'entreprise : situation du marché...
- > Analyser la concurrence :
  - Qui sont vos concurrents ?
  - Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses ?
  - Quelle est leur stratégie de communication ?
  - ...
- > Analyser des actions de communication déjà menées

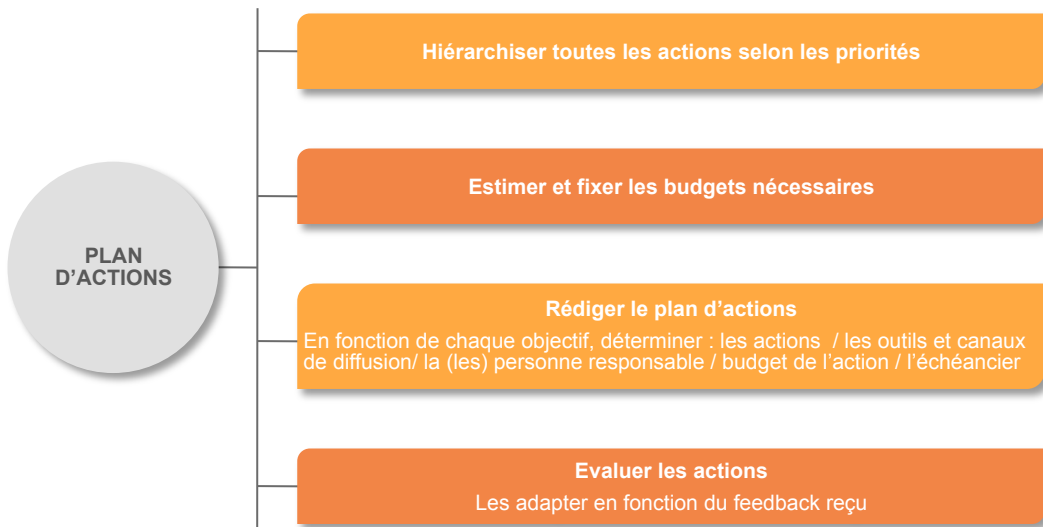




## REFLEXION

- > Etablir un bilan de la phase d'analyse et proposer des solutions
- > Se concentrer sur un positionnement, sur le produit/service et sur le budget disponible
- > Définir l'objectif principal de la communication et déterminer les acteurs à cibler
- > Convenir des messages à transmettre





## Objectifs

- > Notoriété
- > Image
- > Comportement

## Préalables

- > Quoi?
- > Pourquoi?
- > A qui?
- > Combien?
- > Comment et quand?
- > De qui?

## Stratégie de communication interne

- > Définir les objectifs
- > Choisir et mettre en œuvre les moyens/outils
- > Evaluer

## Stratégie de communication externe

- > Analyse
- > Réflexion
- > Actions