

Catalogue de : Communication

Sommaire

- 1 - Communication et management
- 2 - Développer une communication efficace avec son équipe et sa hiérarchie
- 3 - Communication de crise
- 4 - Concevoir et déployer le plan de communication
- 5 - Concevoir votre newsletter
- 6 - Dynamiser et démultiplier la communication interne
- 7 - Évaluer l'efficacité de vos actions de marketing et communication
- 8 - L'assistant(e) marketing et communication
- 9 - Le Chargé de communication
- 10 - Le Chargé de communication digitale
- 11 - Le Responsable Communication
- 12 - Les techniques d'écriture journalistique
- 13 - Optimiser vos relations avec la presse et les journalistes
- 14 - Parrainage, sponsoring, mécénat : mode d'emploi
- 15 - Renforcer l'impact des supports de communication
- 16 - Réussir manifestations et événements
- 17 - Réussir vos interviews grâce au média training
- 18 - Rewriting : enrichir et dynamiser vos articles
- 19 - La communication unifiée, usages et solutions
- 20 - Optimize your communication
- 21 - Développer sa voix pour mieux communiquer
- 22 - Stratégie de communication cross-media : créer des synergies gagnantes
- 23 - S'initier aux réseaux sociaux par la pratique
- 24 - Maîtriser les règles de l'écriture plurimédia
- 25 - Intranet : dynamiser votre communication interne

- 26 - Faire vivre son réseau social d'entreprise
- 27 - Chargé de communication, le métier
- 28 - Hôte/Hôtesse d'accueil standardiste, le métier viser l'excellence dans votre communication
- 29 - Savoir communiquer à l'oral et l'écrit
- 30 - Business Communication
- 31 - Professionnaliser son accueil client
- 32 - Storytelling : créer des histoires captivantes

Communication et management



COM-30 6 Jours (42 Heures)



Description

Dans des contextes où la complexité et l'incertitude prédominent, le manager pour assurer ses rôles de repère et de pilote doit mobiliser de nouvelles compétences : la compétence relationnelle est stratégique pour assumer ces nouveaux rôles. Être en mesure de maîtriser son mode relationnel et de trouver la juste distance entre affectivité et efficacité est un talent attendu et discriminant. Ce talent nécessite d'abord l'émergence d'une relation de qualité avec soi-même pour un positionnement approprié face à l'autre, en termes de respect et d'écoute. L'objectif de ce cycle de formation est de vous fournir les outils pour mieux vous connaître, améliorer votre communication avec l'équipe et obtenir plus de plaisir et d'efficacité dans le management au quotidien.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Tout manager hiérarchique ou transversal.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Développer un style relationnel efficace et adapté à son contexte
- Renforcer sa communication pour améliorer son management
- Intégrer la dimension émotionnelle pour la maîtriser
- Exercer et développer ses compétences relationnelles dans les situations quotidiennes de management

Programme:

- Diagnostiquer son style relationnel de manager
- Développer son talent de communication
- Prendre en compte l'importance de la communication non verbale
- S'affirmer et communiquer avec efficacité
- S'entraîner à la communication dans les situations de management

- Identifier les émotions et leur impact sur la communication
- Exprimer ses propres émotions de façon adéquate
- Manager les situations de communication délicates
- Maintenir un niveau optimum de relation dans l'équipe
- Affirmer une posture de co-construction

Développer une communication efficace avec son équipe et sa hiérarchie



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Cette formation met l'accent sur l'efficacité du manager de proximité dans ses relations et sa communication avec son équipe et avec sa hiérarchie. Grâce aux outils et aux nombreux entraînements proposés, elle permet un accompagnement opérationnel du manager en situation de formation qui favorise l'appropriation. Elle permet de travailler sur les situations de communication rencontrées par le manager dans son environnement professionnel. Elle apporte des réponses concrètes aux questions : comment communiquer efficacement avec sa hiérarchie et son équipe et comment s'adapter, convaincre, mobiliser, écouter, expliquer...

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Manager opérationnel ou chef de projet de tout secteur d'activité.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Réussir dans sa communication au quotidien.
- Adapter son mode de communication à ses différents interlocuteurs.
- Développer son aisance relationnelle dans les différentes situations de management.
- Aborder avec efficacité les situations délicates.

Programme:

- Manager : mieux se connaître
- Développer de la flexibilité dans ses modes de communication
- Établir une relation efficace avec sa hiérarchie
- Transformer les entretiens individuels en leviers d'implication
- Dynamiser sa communication de manager
- Faire face aux situations délicates

Certification

Image not found (type: unknown)

Image not found (type: unknown)

Image not found (type: unknown)

Image not found (type: unknown) **Abdelmoumen** et **Abdelouahed**, rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30 Casablanca 20340, Maroc

Image not found (type: unknown) **Nous sommes à votre disposition : De Lun - Ven 09h00-18h00**

Communication de crise



COM-30 2 Jours (14 Heures)



Description

Comprendre le phénomène de crise pour mieux s'y préparer. Identifier les parties prenantes internes et externes. Préparer son organisation. Se poser les bonnes questions pour faire face à la pression médiatique. Élaborer une stratégie de réponse. Lors de cette formation, les participants apprendront à identifier les pièges à éviter et les attitudes à favoriser, afin de sécuriser l'e-réputation de l'entreprise.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Tout manager d'équipe qui vit ou a vécu une situation de crise ou d'incertitude (fusion, accroissement ou diminution d'activité, réorganisation, pression sur les résultats, conflits..) et qui souhaite acquérir les outils managériaux pour mieux la gérer.

Prérequis

- Être manager d'une équipe.
- Avoir connu ou être amené à gérer une situation de crise au sein de sa structure.

Les objectifs de la formation

- Mettre en place un dispositif de gestion de crise
- Recruter et former les acteurs de la cellule de crise
- Établir une stratégie de communication pour faire face à la crise médiatique
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa veille et sa stratégie de communication
- Gérer sa e-réputation
- Développer sa capacité personnelle à communiquer avec efficacité en situation de crise

Programme:

- Période difficile ou crise : décrypter la situation de son équipe
- Réagir en leader face à une situation de crise
- Désamorcer les tensions et gérer les incertitudes
- Manager la phase « post-crise »

Concevoir et déployer le plan de communication



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Cette formation 'Concevoir et déployer le plan de communication', vous permet d'acquérir une méthodologie rigoureuse pour faire vivre la communication, en interne, en externe et en ligne.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable de la communication externe/interne, nouveau dans la fonction. Responsable des relations publiques, des relations presse. Chargé(e) de communication. Conseiller en communication, chargé(e) du budget en agence.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Disposer d'une méthodologie pour évaluer les besoins de communication et établir un diagnostic.
- Élaborer un plan de communication cohérent avec la culture et la stratégie de l'entreprise.
- Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions de communication.

Programme:

- En amont du présentiel
- Identifier les grands principes de la communication
- Évaluer les besoins de communication
- Concevoir un plan de communication
- Planifier et budgéter les actions de communication
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

Concevoir votre newsletter



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Les entreprises utilisent de plus en plus l'e-mailing pour informer leurs clients ou leurs salariés. Pour fidéliser les internautes et transformer votre newsletter en un véritable rendez-vous en ligne, de nombreuses règles éditoriales graphiques, techniques et juridiques sont à prendre en compte. Cette formation à la conception de newsletters vous apporte les connaissances pour répondre à ces contraintes et créer des newsletters et des e-mailings percutants.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable et chargé(e) de communication. Responsable et collaborateur marketing. Responsable Internet/Intranet, rédacteur et responsable éditorial. Webmanager, webmaster. Toute personne créant des newsletters.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Créer une newsletter diffusée par e-mail.
- Se familiariser avec la législation en vigueur.
- Concevoir et bâtir une ligne éditoriale et graphique pour la newsletter.
- Se familiariser avec la législation en vigueur.

Programme:

- Aborder la conception de sa newsletter sous l'angle d'un média
- Élaborer la stratégie éditoriale de sa newsletter
- Rédiger le contenu
- Mettre en forme et concevoir le design de sa newsletter
- Assurer la diffusion de sa newsletter et gérer ses indicateurs de performance.

Dynamiser et démultiplier la communication interne



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Quelles sont les compétences nécessaires pour animer un réseau de communicants ou de correspondants ? Comment choisir les bons relais et établir les modalités d'une collaboration efficace ? Quels pièges éviter ? Sur quels leviers s'appuyer ? Cette formation est conçue pour vous aider à répondre à ces questions et à dynamiser la communication interne de votre entreprise.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable ou chargé(e) de communication interne. Cadre chargé du pilotage, du management et de la gestion des ressources humaines. Toute personne en charge de la communication interne au sein de son organisation.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Identifier les enjeux de la communication interne pour l'entreprise.
- Créer et animer un réseau de correspondants de communication.
- Concevoir une charte de fonctionnement du réseau de communication interne.

Programme:

- Identifier les grands principes, les missions et les objectifs de la communication interne
- Intégrer la dimension humaine dans la dynamisation et la démultiplication de la communication interne
- Constituer et motiver le réseau de correspondants communication interne
- Concevoir la charte de fonctionnement du réseau de communication
- Activer à bon escient les différents réseaux

Évaluer l'efficacité de vos actions de marketing et communication



COM-30 2 Jours (14 Heures)



Description

Longtemps boudée par les professionnels de la communication, l'évaluation a aujourd'hui le vent en poupe. Comment mieux concevoir une stratégie de communication adaptée ? Comment juger de l'efficacité comparée des différents outils de communication et du marketing ? Quels outils et quels indicateurs choisir pour mesurer les résultats de vos actions ? Comment bâtir des tableaux de bord pour piloter votre plan de communication en l'ajustant avec réactivité ? Vous trouverez dans cette formation au management de la communication, idées et outils concrets à adapter à vos besoins et aux caractéristiques de votre entreprise.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable de communication externe, interne et institutionnelle. Chargé(e) de la communication interne/externe. Chef de produit marketing. Cadre en charge de projets de communication interne/externe. Tout personne en charge du management de la communication.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Élaborer des indicateurs clés de mesure de performance adaptés à ses actions
- Concevoir des tableaux de bord opérationnels
- Élaborer sa matrice SWOT à partir de l'analyse de l'environnement

Programme:

- Choisir le bon outil d'évaluation
- Concevoir son tableau de bord
- Exploiter efficacement les résultats de ses actions

L'assistant(e) marketing et communication



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Aujourd'hui les missions d'un(e) assistant(e) marketing et d'un(e) assistant(e) de communication sont de plus en plus proches. Pour cela, l'assistant(e) nouveau(elle) dans la fonction doit prendre la mesure des enjeux de la communication et du marketing, identifier la spécificité des outils et techniques et renforcer ses compétences opérationnelles. L'assistant(e) à 'double casquette' communication et marketing, joue un rôle clé dans la réussite des actions de com'et marketing. Cette formation centrée sur les fondamentaux du métier d'assistant(e) communication/marketing est idéale pour réussir sa prise de fonction.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Assistant(e) communication et marketing nouveau(elle) dans la fonction. Assistant(e) chargé(e) de la communication de son unité. Assistant(e) chef de produit.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Mesurer les enjeux de la communication d'entreprise.
- Acquérir une vision globale et opérationnelle du marketing.
- Se repérer dans le panorama des outils on line et off line du marketing.

Programme:

- Repérer les spécificités du rôle de l'assistant(e) au sein du service communication et marketing
- Préparer l'analyse et le diagnostic de communication
- La démarche marketing et ses outils L'analyse du marché et de son environnement. L'étape des choix et recommandations.
- Participer à la mise en œuvre et au pilotage des projets
- Travailler avec les partenaires extérieurs Rédiger un brief.

Le Chargé de communication



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Vous exercez depuis peu la fonction de chargé de communication ? Ou après quelques mois de pratique, vous voulez confronter votre expérience et vos pratiques à celles d'autres professionnels de la com' ? Cette formation de chargé de communication est conçue pour vous aider à acquérir la méthodologie et le professionnalisme d'un chargé de communication performant dans un monde en perpétuelle mutation.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

- Chargé(e) de communication nouvellement promu(e).
- Chef de projet de communication.
- Toute personne en prise de poste.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- S'approprier les enjeux de la communication à l'heure du Web social.
- Identifier les principaux outils de communication traditionnels et digitaux.
- Piloter les projets de communication.
- Évaluer la performance des actions de communication.

Programme:

- Maîtriser les spécificités du métier de chargé(e) de communication
- Définir les besoins et les objectifs de communication
- Mettre en place des outils de communication
- Piloter et évaluer les projets de communication
- Travailler avec des agences de communication ou des freelance

Le Chargé de communication digitale



COM-30 8 Jours (56 Heures)

Description

Le digital est désormais omniprésent dans la vie des entreprises dont il bouscule les pratiques et les méthodes. Les professionnels de la communication sont au cœur de ce bouleversement qui est pour eux l'opportunité de développer leurs actions. Le chargé de communication doit être capable d'utiliser à bon escient les outils de communication traditionnels et digitaux et de les intégrer dans la stratégie globale de communication de l'entreprise. C'est tout l'enjeu de cette formation qui donne une vision globale tout en permettant à chacun de découvrir et de s'appropriier les nouveaux outils de communication. Le parcours certifiant est un véritable « plus » pour ancrer et appliquer les connaissances acquises.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Chargé de communication nouveau dans la fonction. Chargé de communication digitale.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Identifier les enjeux opérationnels de la communication d'entreprise et de la communication digitale
- Contribuer à la définition d'une stratégie de communication digitale
- Acquérir la méthodologie pour concevoir, piloter et évaluer les actions de communication
- Travailler avec efficacité avec des agences de communication et des free-lance

Programme:

- Développer une vision claire des enjeux opérationnels de la communication
- Contribuer à la définition d'une stratégie de communication
- Collaborer à la rédaction d'un plan de communication et à la définition d'une stratégie de communication digitale
- Activités à distance
- Concevoir et piloter des projets éditoriaux

- Travailler avec des agences de communication et des free-lance
- Développer les relations publiques
- Dynamiser la communication en s'appuyant sur les réseaux et les communautés
- Contrôler et évaluer les actions de communication

Le Responsable Communication



COM-30 9 Jours (63 Heures)



Description

Révolution digitale oblige, les entreprises sont contraintes de s'adapter et se transformer de plus en plus vite. Le rôle du responsable de communication évolue au rythme de ces changements. Il ne s'agit plus seulement de produire des messages planifiés et contrôlés mais d'engager une conversation avec les publics de l'entreprise, en étant garant du capital image et des valeurs de l'entreprise. Pour réussir, le responsable de la communication doit tout à la fois faire preuve de rigueur, d'agilité, d'écoute et de pédagogie. Ambassadeur de la transformation, il doit susciter l'engagement de ses interlocuteurs internes et externes. Trois enjeux majeurs le guident : donner du sens, incarner la stratégie de l'entreprise et permettre aux parties prenantes internes et externes de s'engager, dans les transformations ; faciliter les relations de coopération et de confiance entre les acteurs internes et externes ; concourir au développement de l'activité par la mise en œuvre d'outils et de techniques de communication on et off line. De l'élaboration du plan de com' au déploiement des actions, la communication n'aura plus de secret pour vous. Ce cycle de formation pour le Responsable communication, à l'heure des réseaux sociaux, fournit tous les outils pour devenir le partenaire privilégié de la direction générale et des opérationnels. Vous disposez des techniques pour analyser les enjeux de la communication pour votre entreprise, choisir les bons leviers, porter les projets de communication externe et interne sur le terrain, piloter les agences et mesurer les résultats de vos actions.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable communication nouveau dans la fonction. Responsable communication interne, externe ou globale. Manager ou chef de projet de communication.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Développer une vision claire des enjeux de la communication à l'heure des transformations digitales
- Bâtir une stratégie de communication
- Acquérir la méthodologie pour établir un diagnostic et bâtir un plan de communication
- Concevoir et évaluer les actions de communication

- Se repérer dans le panorama des outils de communication
- Choisir et piloter des prestataires extérieurs
- Renforcer son efficacité à l'oral

Programme:

- Situer le rôle de la communication d'entreprise et du responsable communication, à l'heure des transformations
- Mener un audit de communication pour ajuster sa communication
- Faire du plan de communication un outil au service de la transformation
- Les nouveaux influenceurs
- Les clés des relations publiques
- Faire des salariés les ambassadeurs de l'entreprise (employee advocacy)
- Activités à distance
- Gérer la communication de crise
- Piloter les agences de communication
- Identifier les essentiels du droit à l'image
- Soutenir ses projets de communication à l'oral
- Activités à distance

Les techniques d'écriture journalistique



COM-30 2 Jours (14 Heures)



Description

Cette formation à l'écriture journalistique vous permet d'aborder les bases des techniques du journalisme. Vous apprendrez les 'ficelles' du métier de journaliste : Structurer un article (le chapeau, le corps du texte...). Valoriser le message essentiel (définir l'angle...). Acquérir les règles de lisibilité rédactionnelle (écrire court, des phrases dynamiques...). Cette formation animée par un journaliste de presse écrite, vous donnera les clés nécessaires pour donner du style à vos textes.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Personne de l'entreprise amenée à rédiger des textes de plus en plus percutants. En particulier, collaborateur de services d'information-communication désirant découvrir les techniques d'écriture journalistique.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Acquérir les règles d'écriture journalistique
- Rechercher un angle
- Repérer les différents styles journalistiques
- Habiller un article

Programme:

- S'approprier les règles de l'écriture journalistique Les bases du journalisme : le lecteur ; l'information ; le style ; l'habillage.
- Structurer un article
- Adopter une démarche d'écriture journalistique
- Écrire un article Les règles de lisibilité rédactionnelle.
- Rédiger des articles courts Brèves et filets. Habiller l'article

Optimiser vos relations avec la presse et les journalistes



COM-30 2 Jours (14 Heures)



Description

Les relations presse évoluent et exigent d'intégrer les réseaux sociaux à sa stratégie de communication. Repérer les blogueurs et les influenceurs, optimiser la présence de sa marque ou de son entreprise sur les réseaux sociaux, sont les actions à mener au quotidien du chargé des relations presse. Cette formation opérationnelle vous donnera les outils pour choisir les réseaux sociaux adaptés à votre environnement, organiser une veille efficace, trouver les bons moteurs de recherche.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable de communication. Responsable relations presse. Toute personne chargée de la communication, en relation avec la presse écrite et audiovisuelle.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Comprendre l'évolution des médias et des relations avec les journalistes
- Définir une stratégie web de relation presse
- Maîtriser les outils de relations presse sur internet : blogs, forum, réseaux sociaux

Programme:

- Définir une stratégie web de relations avec la presse Intégrer les enjeux du digital dans la stratégie des relations presse.
- Travailler avec les journalistes
- Utiliser à bon escient les principaux outils des relations presse sur le web

Parrainage, sponsoring, mécénat : mode d'emploi



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Sponsoring, mécénat, parrainage... Monter des partenariats ne s'improvise pas. Cette formation vous permet d'identifier le dispositif de partenariat le plus adapté à votre stratégie, vos objectifs de communication et à vos contraintes de budgets. Vous découvrirez les différentes méthodes de collecte de fonds, de stratégie de mécénat et la manière de les promouvoir.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable communication. Chargé de communication. Chef de projet parrainage ou mécénat d'une entreprise, d'une fondation ou d'une association.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Concevoir et piloter un projet de mécénat ou de parrainage/sponsoring.
- Trouver le parrain ou le parrainé idéal et intégrer son projet dans la stratégie de l'entreprise ou de la structure.
- Promouvoir son projet de mécénat ou de parrainage/sponsoring en interne et en externe.
- Évaluer les retombées de son projet

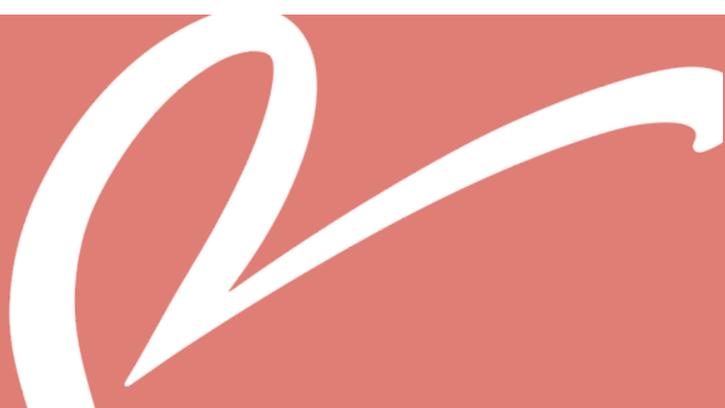
Programme:

- Identifier les caractéristiques du mécénat et du parrainage/sponsoring
- Monter un projet de mécénat ou de parrainage/sponsoring
- Promouvoir un événement
- Évaluer la réussite d'une opération et ses retombées

Renforcer l'impact des supports de communication



COM-34 2 Jours (14 Heures)



Description

Print ou Web, support papier classique ou Newsletter, l'enjeu reste le même : Comment capter l'attention du lecteur ? Dans un contexte où les collaborateurs et les cibles externes sont de plus en plus sollicités, susciter l'attention du lecteur relève du défi. Il ne suffit plus de créer un support aux couleurs de l'entreprise pour qu'il soit effectivement lu. Conduire progressivement le lecteur vers le texte et les messages que le support interne ou externe doit lui transmettre est désormais un travail de haute précision. Cette formation vous en donne les clés, les techniques et les outils pour renforcer l'impact de vos supports de communication.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable de communication, rédacteur en chef et journaliste d'entreprise, responsable de publications. Chargé de communication. Personne en charge d'une publication d'entreprise ou participant à son élaboration.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Mettre en place un dispositif éditorial.
- Susciter l'intérêt avec un contenu adapté au lecteur.
- Maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique.
- Appliquer les bases de la mise en page Print.

Programme:

- Cadrer le projet
- Capturer l'attention du lecteur 4 questions pour créer de l'attention. Mettre en place une structure pertinente. Évaluer la lisibilité des textes et des supports.
- Rédiger et éditer les textes Les principaux genres éditoriaux : éditorial, interview, brèves, reportage, dossier... S'approprier les fondements de l'écriture journalistique.
- Créer ou améliorer une publication imprimée

- Acquérir les bases de la mise en page

Réussir manifestations et événements



COM-30 2 Jours (14 Heures)



Description

La communication événementielle est un des outils à enjeux pour l'entreprise. Bien réussie elle permet de vous rapprocher de vos clients, de vos salariés et de vos actionnaires. Aujourd'hui elle intègre le digital dans ses actions. Durant cette formation, vous allez maîtriser les étapes-clés, de l'organisation amont à l'évaluation des retombées, d'une manifestation. Vous prendrez en compte les enjeux d'une communication événementielle à l'ère du digital.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable et chargé(e) de communication. Responsable de la communication événementielle. Collaborateur des services marketing. Assistant(e) de communication.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Déterminer sa stratégie de communication événementielle
- Maîtriser les étapes-clés de l'organisation amont aux retombées finales d'un événement
- Intégrer les nouveaux enjeux et outils du digital

Programme:

- Définir sa stratégie de communication événementielle
- Préparer sa manifestation
- Réussir sa communication autour de l'événement
- Gérer le jour de l'événement
- Évaluer les 'retombées' de l'événement

Réussir vos interviews grâce au média training



COM-30 2 Jours (14 Heures)



Description

Les médias sont incontournables dans toute bonne stratégie de communication. Or, il n'est pas toujours naturel de s'exprimer avec aisance devant un micro, une caméra ou l'auditoire d'une conférence de presse ! Le média training enseigne les techniques utilisées par les professionnels. Il permet de jouer à armes égales avec eux, en évitant leurs pièges ainsi que les erreurs commises par manque de pratique. Acquérir ce savoir-faire et assimiler les contraintes journalistiques permet de faire toute la différence entre un bon et un mauvais 'papier', une bonne et une mauvaise interview. C'est l'objet de cette formation au média training.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Chef d'entreprise, dirigeant et cadre supérieur. Directeur de la communication, porte-parole. Toute personne amenée à prendre la parole devant les médias.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Appréhender les contraintes des journalistes pour mieux faire passer ses messages auprès des médias
- Gagner en assurance et en confiance lors des interviews grâce à des entraînements filmés

Programme:

- Comprendre les journalistes
- Comprendre l'information
- Préparer l'interview
- Maîtriser l'interview L'attitude durant l'interview (la voix, le ton, les gestes...).
- Connaître les techniques
- Les règles

Rewriting : enrichir et dynamiser vos articles



COM-30 2 Jours (14 Heures)



Description

Vous êtes amené à remanier, alléger des textes rédigés par d'autres. Comment raccourcir et ré-écrire sans trahir ? Comment reformuler des consignes et communiquer de manière simple des documents conçus par d'autres ? à€ quels ressorts stylistiques faire appel pour gagner en dynamisme ? Tout au long de cette formation opérationnelle, vous vous entraînerez aux techniques de réécriture afin de restituer l'information d'un texte dans un style clair et adapté à son lecteur.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Chargé de communication. Responsable de communication en charge de service de presse ou de journaux d'entreprise. Responsable de site Internet/Intranet. Attaché(e) de presse. Toute personne ayant à relire et réécrire des textes pour son entreprise, son service.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Raccourcir un texte sans dénaturer son propos
- Estimer les enrichissements possibles d'un texte
- Améliorer la qualité d'un texte tant sur le fond que sur la forme
- Regrouper et hiérarchiser les informations
- Créer des encadrés

Programme:

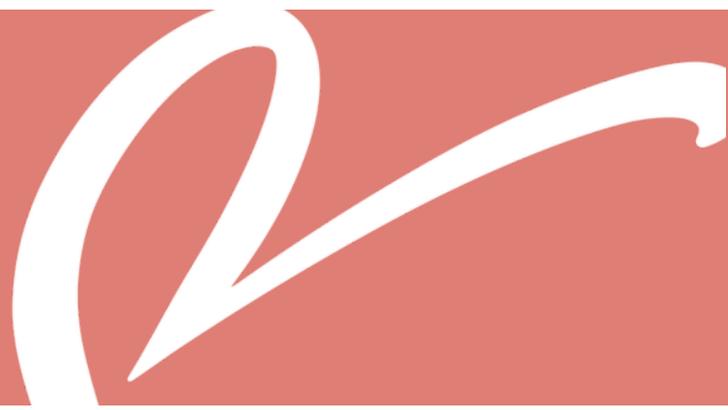
- En amont du présentiel
- Les principes généraux du 'rewriting'
- Respecter le style rédactionnel S'adapter au niveau de langage qui convient en fonction de son objectif de communication. Réécrire avec clarté et concision sans dénaturer.
- Restructurer un article

- Réécrire pour le web : du papier à l'écran Identifier les règles spécifiques de l'écriture pour le web. Réécrire un contenu papier pour le mettre en ligne.
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

La communication unifiée, usages et solutions



COM-33 1 Jours (7 Heures)



Description

Cette formation vous propose une synthèse sur l'ensemble des nouveaux services offerts par la communication unifiée. Il vous permettra d'en comprendre le fonctionnement et de faire le point sur les solutions techniques du marché pour choisir et déployer les plus appropriées à vos besoins.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Toute personne souhaitant avoir une vue synthétique et précise sur les technologies et les possibilités de la communication unifiée en entreprise.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Maîtriser les connaissances de base de la communication unifiée (concepts, vocabulaire, acteurs)
- Comprendre les technologies sous-jacentes d'une architecture de communication unifiée
- Identification des éléments de configuration de la QoS (Qualité de Service)
- Identifier les solutions techniques du marché

Programme:

- Définitions et concepts
- Les principales fonctionnalités et caractéristiques
- Sécurité
- La qualité de service (QoS)
- La Mobilité et la communication unifiée

Optimize your communication



COM-30 3 Jours (21 Heures)



Description

How many times during public speaking, have you felt a gap between your words and your message in your interactions with others? This training period will provide you with an opportunity to greatly improve your skills in the art of communication: adapting your words according to the listener's profile, enhance your assertiveness, your empathy, mobilize your team, fuel your ideas with energy, strengthen your power of conviction, express yourself with ease, avoiding deadlocked situations.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

No special knowledge.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Adapting your way of communicating according to the other person's profile
- Developing assertive behavior in interpersonal relationships
- Enhancing one's ability to persuade in order for your ideas to have impact
- Expressing oneself with ease in various types of intervention
- Avoiding deadlocked situations

Programme:

- Knowledge of the basic principles of communication
- Developing assertive behavior
- Know how to listen to one's discussion partner through non verbal communication
- Speaking with ease
- Selling your ideas
- Choosing the best channel of communication

Développer sa voix pour mieux communiquer



COM-34 2 Jours (14 Heures)



Description

La voix est un outil puissant de communication. Si votre voix s'altère, est monocorde, si votre ton ne soutient pas votre discours, c'est autant de barrières que vous dressez entre vous et les autres. En travaillant votre voix, vous serez plus convaincant, plus authentique et plus à même de défendre vos opinions.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Tous ceux qui veulent développer leur voix.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Travailler sa voix pour être plus convaincant
- Se préparer à une intervention orale
- S'exprimer pleinement à travers sa voix
- Utiliser la visualisation pour réduire le trac
- Synchroniser sa communication non verbale avec sa voix

Programme:

- Communiquer
- Découvrir et apprivoiser sa voix
- Prendre conscience de sa respiration et de ses résonances
- Apprivoiser le trac
- Acquérir les techniques vocales qui font un bon orateur
- Jouer avec sa voix
- Synchroniser la voix avec le regard et les gestes

Stratégie de communication cross-media : créer des synergies gagnantes



COM-30 2 Jours (14 Heures)



Description

Cette formation, très pratique, vous permettra de structurer et rendre cohérente votre stratégie de communication sur différents médias (print, Web, événementiel, TV, radio...). Vous apprendrez à développer de véritables synergies et à générer de la valeur ajoutée en tirant avantage de leurs spécificités respectives.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Directeurs et responsables de la communication, toute personne impliquée dans la mise en oeuvre d'une stratégie de communication cross-media.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Appréhender les spécificités de la communication cross-media Comprendre les complémentarités entre les différents médias Concevoir et mettre en oeuvre une stratégie de communication efficace et pertinente avec une synergie entre les médias Mesurer l'efficacité des ses actions de communication cross-media et savoir optimiser sa stratégie

Programme:

- Comprendre les spécificités du cross-media
- Définir les interactions et les synergies entre les médias
- Concevoir une stratégie cross-media
- Construire le concept créatif

S'initier aux réseaux sociaux par la pratique



COM-34 1 Jours (7 Heures)



Description

Ce cours, très pratique, est particulièrement recommandée aux personnes néophytes en matière de Web social. Elle permet de découvrir les grands principes et usages du Web collaboratif et de se familiariser avec les outils de gestion et d'administration de plusieurs plateformes sociales.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Toute personne désirant se familiariser avec les principaux réseaux sociaux, dans un contexte professionnel ou pour son usage personnel.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Identifier les enjeux du Web social et en comprendre les principes.
- Maîtriser le vocabulaire et les usages du Web social.
- Créer et gérer des comptes sur les principaux réseaux sociaux.
- Améliorer sa visibilité sur les réseaux sociaux

Programme:

- Comprendre le Web social et ses enjeux
- Utiliser Facebook et Twitter
- Développer ses réseaux professionnels avec LinkedIn et Viadeo
- Découvrir les autres plateformes collaboratives et leurs fonctionnalités

Maîtriser les règles de l'écriture plurimédia



COM-34 2 Jours (14 Heures)



Description

Ce cours pratique vous permettra de découvrir les spécificités d'écritures pour différents médias. Vous apprendrez à adapter vos messages selon les objectifs et les publics visés, tout en veillant à garder une cohérence éditoriale d'ensemble.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsables et chargés de communication externe et/ou interne, rédacteurs et collaborateurs des services communication.

Prérequis

Pratique régulière de l'écriture de supports de communication.

Les objectifs de la formation

- Appréhender les spécificités d'une stratégie de communication plurimédia.
- Concevoir des contenus en cohérence entre les médias.
- Maîtriser la pratique d'une écriture spécifique à chaque média

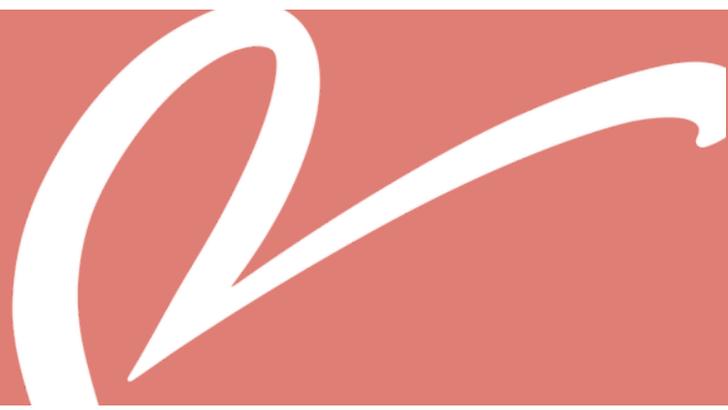
Programme:

- Penser une stratégie de communication plurimédia
- Piloter un dispositif plurimédia
- Appliquer les règles de base de l'écriture journalistique
- Ecrire pour accroître sa visibilité
- Ecrire pour être lu ou entendu en fonction de chaque média

Intranet : dynamiser votre communication interne



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Chaque jour, une masse colossale d'informations arrive dans l'entreprise, et il est nécessaire de gérer et de centraliser celle-ci. Ce cours vous permettra de mesurer les atouts de l'intranet et vous montrera comment rendre accessibles les contenus dynamiques et les structurer automatiquement.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Collaborateurs des services communication. Responsables intranet, communication interne.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Comprendre les modes de communication des utilisateurs
- Choisir les contenus et définir sa ligne éditoriale
- Développer l'attractivité de l'intranet
- Lancer et animer son intranet dans la durée

Programme:

- Mettre en place un intranet à dominante communication interne
- Choisir le type d'informations à mettre en ligne
- Développer un intranet utile et attractif
- Lancer et communiquer sur l'intranet
- Faire vivre et animer son intranet dans la durée

- Choisir son réseau parmi les solutions du marché : identifier les attentes
- Lancer un réseau et le faire vivre
- Interférences entre les réseaux au sein de son organisation
- Promouvoir et agrandir son réseau

Chargé de communication, le métier



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Cette formation facilitera votre prise de fonction de chargé de communication, en s'attachant à identifier votre rôle et vos missions. Elle vous apportera également de nouveaux outils et méthodes pour acquérir de bons réflexes méthodologiques et concevoir des actions de communication adaptées.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Toute personne en charge de la communication interne et/ou externe de l'entreprise.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Comprendre le périmètre d'actions de la fonction
- Développer l'événementiel et les relations publiques
- Maîtriser les règles de la communication interne et les écrits
- Savoir rédiger un brief aux agences
- Suivre et mesurer les actions de communication

Programme:

- Cerner les rôles et missions
- Concevoir sa stratégie de communication
- Développer les relations publiques
- Maîtriser les leviers de la communication interne
- Réussir ses communications écrites
- Travailler avec les agences
- Piloter et évaluer les actions de communication

Hôte/Hôtesse d'accueil standardiste, le métier viser l'excellence dans votre communication



COM-33 2 Jours (14 Heures)



Description

Cette formation vous apprendra à maîtriser les outils indispensables à la gestion d'un accueil efficace, tant en face-à-face qu'au téléphone. Elle vous apportera les savoir-faire et savoir-être nécessaires pour être capable d'agir en véritable professionnel dans toutes les circonstances de ce métier d'accueil.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Hôte ou hôtesse d'accueil, standardiste en prise de poste ou en poste et souhaitant améliorer son organisation et son efficacité.

Prérequis

Aucune connaissance particulière.

Les objectifs de la formation

- Accueillir, renseigner et orienter les clients et visiteurs en face à face et au téléphone.
- Gérer le trafic téléphonique en respectant les standards de l'entreprise.
- Faire face aux situations les plus courantes en matière d'accueil.

Programme:

- L'accueil, un savoir-faire
- Hôte/hôtesse d'accueil : entre savoir-faire et savoir-être
- Les particularités de l'accueil physique
- Les particularités de l'accueil téléphonique
- La gestion des demandes simultanées
- Savoir gérer les situations délicates

Savoir communiquer à l'oral et l'écrit



COM-31 2 Jours (14 Heures)



Description

Quelle que soit votre activité professionnelle, il est attendu que vous soyez à la fois efficace à l'écrit et convaincant à l'oral. Ce sont-là deux éléments majeurs pour une bonne communication. Acquérir les méthodes et développer les compétences clés pour perfectionner sa communication est donc essentiel pour pérenniser votre activité professionnelle.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Toute personne souhaitant optimiser son expression écrite et orale : managers, chefs de projet et tout collaborateur de l'entreprise

Prérequis

- Il est recommandé de maîtriser les règles fondamentales de la communication écrite et orale

Les objectifs de la formation

- Employer un langage clair et concis à l'écrit et à l'oral
- Utiliser les bons canaux pour mettre en valeur ses idées
- Pratiquer un mode de communication efficace pour renforcer son impact

Programme:

- Construire efficacement son message
- Prendre la parole avec fluidité et concision
- Rédiger de façon lisible et structurée
- Muscler sa compétence de recueil de l'information

Business Communication



COM-30 60 Jours (Heures)



Description

Vous disposez d'un temps limité et vous voulez des résultats rapides que cela soit pour vous ou pour les avantages immédiats que cela apporte à votre entreprise ? Il s'agit de formations très intensives pour les cadres, les managers, les professionnels et toute personne qui vise le développement de sa communication en anglais. La formation simule des situations réelles et tout ce que vous apprenez s'applique rapidement sur votre lieu de travail.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Toute personne qui vise le développement de sa communication en anglais dans le domaine des affaires.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Améliorer la fluidité de l'expression orale
- Rédiger des documents commerciaux
- Améliorer l'aisance de l'expression lors des réunions, présentations ou entretiens de négociation
- Utiliser le vocabulaire sectoriel spécialisé
- Améliorer la qualité des entretiens téléphoniques
- Rédiger des documents commerciaux

Programme:

Professionaliser son accueil client



COM-31 2 Jours (14 Heures)



Description

Bien accueillir un client, c'est déjà commencer à le fidéliser. Cette formation vous propose de développer et mettre en pratique les bons outils et les bonnes postures de communication pour rapidement identifier le besoin de votre client et y répondre de façon efficace et courtoise en situation d'accueil.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Cette formation est destinée à tout collaborateur en contact avec le public et/ou utilisant le téléphone.

Prérequis

Être en situation d'accueil.

Les objectifs de la formation

- À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de : Connaître les principes de base de la communication Mieux se connaître pour mieux communiquer Décrypter l'autre pour mieux communiquer Lever les malentendus Construire une boîte à outils pour mieux communiquer

Programme:

- Comprendre les particularités de l'accueil téléphonique
- Connaître les meilleures techniques de prise en charge téléphonique
- Accueillir : règles de communication appliquées à l'accueil physique
- Gérer les réclamations : la communication interpersonnelle

Storytelling : créer des histoires captivantes



COM-34 2 Jours (14 Heures)



Description

Au cours de cette formation de deux jours vous apprendrez à rédiger et faire vivre un storytelling réussi, en variant les typologies narratives.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Toute personne amenée à utiliser les techniques de la narration. Responsable de communication, journaliste, community manager...

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Maîtriser l'art de concevoir et raconter une histoire à l'écrit et à l'oral, afin de servir ses objectifs.
- Acquérir les techniques essentielles d'un storytelling percutant.
- Utiliser les émotions avec habileté pour captiver pleinement son auditoire.

Programme:

- Identifier les différentes applications du storytelling
- Acquérir les compétences et les techniques du storytelling.
- Etapes du storytelling
- Appliquer le storytelling dans les communications écrites et orales