

RÉUSSIR LA COMMUNICATION, UN ENJEU DU QUOTIDIEN

OBJECTIFS

- Appréhender l'impact de la communication dans votre position et en maîtriser la dimension quotidienne
- Maîtriser le panel et les bonnes pratiques d'utilisation des différents outils de communication
- Savoir choisir le ou les plus adapté(s) à ses besoins
- Maîtriser la mise en oeuvre d'un plan de communication
- Encadrer le suivi du plan de communication

CONTENU PÉDAGOGIQUE

La communication intégrée aux enjeux de votre poste ou de votre mandat :

- Identifier vos cibles
- S'adresser à vos cibles avant le microcosme
- Défendre votre point de vue, votre vision
- Promouvoir vos projets
- Valoriser vos réalisations

Quelle utilisation d'Internet et des nouvelles technologies dans son action stratégique ?

- Comment élargir et/ou qualifier votre audience grâce aux nouveaux outils de communication
- La communication digitale : un complément à votre communication traditionnelle

Élaborer un plan d'utilisation des différents outils de communication

- Identifier les outils les plus impactant auprès de vos cibles
- Sélectionner les outils les plus adaptés à vos spécificités

Les outils de communication interne

- Le journal interne; la newsletter; l'application mobile; l'intranet ; les évènements et le team building ; retour d'expérience : les outils recommandés et non recommandés

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE

Prérequis

- Aucun

Formateur

- 1 consultant spécialisé

Moyens pédagogiques et techniques :

- Accueil du/des stagiaire(s) dans une salle adaptée à la formation
- Présentation académique de la formation
- Quiz et/ou cas pratiques
- Délivrance d'un support de formation

Public concerné : Tout élu local

Formation en présentiel

Durée : 6h00

- Disponible en Session INTER à Paris
- Disponible en Session INTRA au sein de votre collectivité ou de votre bassin de collectivités : sur demande

Identifier les besoins et attentes en matière de communication interne

- Identifier vos cibles exactes
- Identifier les sujets sur lesquels l'information se diffuse mal ou pas en interne
- Adapter le ton employé à la nature des cibles et acteurs en présence
- Mobiliser les bons canaux et outils pour atteindre au mieux votre cible

Élaboration du plan de communication en lui-même

- Préciser votre objectif et sa cohérence
- Identifier les ressources à mobiliser et le budget nécessaire
- Mettre au point vos indicateurs de performance
- Élaborer votre plan d'action opérationnel

Suivi et contrôle de l'efficacité du plan

- Établir votre processus de suivi
- Présenter les étapes de mise en oeuvre et le déroulé opérationnel
- Déterminer les critères d'évaluation

Dispositif de suivi et d'évaluation des résultats de la formation :

- Feuille de présence
- Questionnaire d'appréciation de la formation
- Attestation de suivi de formation
- Service Après-Formation LIBRA : possibilité à l'issue de la formation de poser des questions via une adresse email dédiée
- Questionnaire à froid après 6 semaines pour évaluer l'utilisation des acquis de la formation