

Pré-requis

- > Un minimum de connaissance en informatique et internet demandé (ex. envoi mail, création compte sur un site, outil bureautique, utilisation smartphone).

Objectifs

- > Comprendre et établir son plan de communication marketing adapté à la taille et au budget des petites et moyennes entreprises.

Public

- > Salarié, non salarié, gérant, gérant non salarié, artisan, demandeur d'emploi.

Compétences

- > Fondamentaux de la présence web.
- > Apprendre à utiliser les outils de référence pour sa communication.

Délai d'accès

- > Selon le calendrier en cours - Merci de prendre contact avec notre service.

Durée

- > 2 jours soit 14 heures.

Tarif

À partir de 40€HT/heure soit 48€TTC/heure en inter-entreprises - À partir de 750€HT/jour soit 900€TTC/jour en intra-entreprise - Nous consulter.

Lieu

- > En nos locaux à Migné-Auxances. Possibilités en vos locaux sous conditions - nous contacter.

Méthodes mobilisées

- > 100% face à face pédagogique.
- > Notre pédagogie est basée sur la mise en pratique de cas professionnels avec alternance d'apports théoriques et de mise en pratique informatique tout au long des modules afin de valider les acquis.
- > Chaque stagiaire travail sur un PC.
- > Support de cours inclus.
- > Intra-Entreprise ou Inter-Entreprises.
- > 100% Présentiel ou distanciel (visio) - Nous contacter.

Contenu

Les outils de communication

- > Tour d'horizon des outils de communication actuels.
- > Comprendre ses besoins et ses publics.
- > Reprendre le contrôle de sa communication d'entreprise.
- > Comprendre les forces et faiblesses de sa communication.
- > Auditer la communication de son entreprise et faire un diagnostic d'image.

Objectifs de la communication marketing externe

- > Les grands axes pour une bonne communication d'entreprise.
- > Définir une stratégie de communication pertinente.
- > Déterminer les axes de communication prioritaires.
- > Comprendre qu'une communication pertinente = Axe pertinent.
- > Organiser son plan de communication.

Un plan de communication marketing organisé

- > Définir la base de votre plan de communication marketing.
- > Déterminer l'approche, le style et le contenu des communications selon votre cible.
- > Établir une stratégie et planifier vos différentes actions de communication.
- > Des outils et un message clair.

Le budget de communication

- > Le budget de communication : Savoir prioriser et qualifier.
- > Comprendre comment valoriser l'aspect financier et/ou l'aspect temps/homme.
- > Comment éviter de passer pour un amateur.
- > Des outils digitaux de communication « wysiwyg » accessibles à toutes et tous et à moindre coût.

Votre contact

Amélie Bertin - Assistante Administrative & Commerciale - Responsable de Session - Référente Handicap :
a.bertin@gestic-formation.com
05 49 52 55 04

Accessibilité



- > Nos locaux sont accessibles au public en situation de handicap.
- > Centre Handi-Accueillant.

« Selon le rythme de pratique, il faut de 1 à 3 mois pour acquérir solidement le contenu d'un déroulé pédagogique »