



LA COMMUNICATION
AU CŒUR DES ORGANISATIONS

CATALOGUE DE FORMATIONS 2017-2018

FORMEZ-VOUS
AVEC L'ASSOCIATION
DE RÉFÉRENCE
**EN COMMUNICATION
INTERNE !**

4 (Re)découvrir les fondamentaux
de la communication interne :
CYCLE DE FORMATION
**« COMMUNICATION INTERNE :
FONDAMENTAUX ET NOUVEAUX ENJEUX »**

6 Découvrir les tendances et réaliser
une veille métier :
FORMATIONS TENDANCES ET PRATIQUES

- 8 Réseaux sociaux d'entreprises : leviers et pistes d'actions
- 9 Tendances et nouvelles pratiques de communication interne
- 10 La communication interne, levier de la transformation digitale
- 11 Renouveler sa communication interne grâce à l'intelligence collective
- 12 Communiquer avec des salariés non connectés ou nomades
- 13 Renouveler son journal interne
- 14 Communiquer pour renforcer l'expérience salarié

15 Développer son expertise métier :
FORMATIONS EXPERTISE

- 16 Structurer efficacement sa communication interne
- 18 Communiquer les résultats économiques et financiers
- 20 Accompagner le changement
- 22 Conseiller les managers et les dirigeants pour développer
la dimension stratégique de la communication interne

24 Prendre du recul sur sa pratique :
CYCLE DE FORMATION
**« BIEN COMMUNIQUER AUJOURD'HUI : L'APPORT
INDISPENSABLE DES SCIENCES SOCIALES »**

L'Afci s'est donné pour mission d'offrir aux professionnels de la communication une ouverture sur les nouvelles idées, tendances, et pratiques de communication interne, ainsi qu'un appui pour faire évoluer leur pratique professionnelle.

C'est pourquoi l'association propose une offre de formations structurée autour de quatre grands axes :

- **la veille sur le secteur et le benchmark sur les pratiques professionnelles** (formations Tendances et Pratiques),
- **la consolidation des fondamentaux métier** (cycle « Communication interne : fondamentaux et nouveaux enjeux »),
- **le développement des capacités de pilotage et de conseil** (formations Expertise),
- **la prise de recul sur sa pratique professionnelle** pour comprendre et mieux agir (cycle « Bien communiquer aujourd'hui : l'apport indispensable des Sciences sociales »).

Chacun peut construire son parcours de formation en fonction de ses centres d'intérêt et de son niveau d'expérience.

Chaque année, ce sont ainsi plus de 200 professionnels qui viennent se former, dans un esprit de partage et de proximité entre pairs.

Pourquoi choisir les formations Afci ?

- Une association de référence en communication interne depuis plus de 25 ans ;
- Des thématiques adaptées aux problématiques de travail des praticiens de la communication interne grâce à une veille permanente auprès des membres ;
- Une ouverture vers un réseau de plus de 800 professionnels de la communication interne ;
- Des illustrations concrètes, renouvelées chaque année, ainsi que des temps d'échanges et de partage entre pairs, dans un cadre bienveillant et convivial.

Ce que les participants en pensent...

« les échanges nourris entre participants et les exemples de cas réels choisis parmi ceux des membres du réseau, très utiles pour se projeter »

« une mine d'idées, maintenant il faut passer à l'action ! »

« l'alternance entre apports théoriques et mises en pratique est un vrai plus »

« vrais partages d'expériences avec points forts et faiblesses et diverses solutions proposées »

CYCLE DE FORMATION **COMMUNICATION INTERNE :** **FONDAMENTAUX ET NOUVEAUX ENJEUX**

La fonction de responsable de communication interne s'appuie sur un socle de compétences et de connaissances indispensables, mais aussi sur la capacité à développer une posture d'écoute et de conseil.

Ce cycle de formation en trois jours indissociables vous propose de (re)découvrir ces fondamentaux du métier, à partir des cinq missions définies dans *Le référentiel Afcf de la communication interne* :

- le pilotage de la fonction communication interne,
- l'écoute et la compréhension du corps social,
- la production de l'information interne,
- le conseil au management,
- le développement de la dynamique collective.

À qui s'adresse cette formation ?

- Des professionnels évoluant ou ayant évolué récemment vers une fonction de responsable communication interne ;
- Des chargés ou responsables communication interne souhaitant consolider leurs connaissances et compétences.

Pour favoriser les échanges, le nombre de participants sera limité à 10 personnes.

Session 1 :

jeudi 9 et vendredi 10 novembre 2017
+ mardi 19 décembre 2017

Session 2 :

jeudi 29 et vendredi 30 mars 2018
+ vendredi 18 mai 2018

Les atouts de cette formation :

- l'alternance des apports théoriques, des études de cas et des exercices pratiques,
- un focus sur les tendances et les nouvelles pratiques (communication managériale, réseaux sociaux internes, ...),
- une formation orientée vers l'action : élaboration d'un plan d'action individuel,
- une ouverture vers le réseau Afcf : parrainage par un membre du Conseil d'administration, transmission de documents produits par l'association...

TARIF

- Membre Afcf : **1 500 € HT** (1 800 € TTC)
- Non membre : **1 650 € HT** (1 980 € TTC)

**CETTE FORMATION PEUT ÊTRE
DÉCLINÉE EN « INTRA »
AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE**

Nous contacter pour toute demande :
01 47 07 63 01 / contact@afci.asso.fr

PROGRAMME

1^{ère} journée

« Le rôle et les enjeux de la fonction Communication interne »

Le rôle de la communication interne au sein d'une organisation et les enjeux pour le responsable communication interne

Quelques thèmes abordés : donner du sens à la stratégie de l'entreprise, accompagner le management, anticiper et accompagner les changements.

Élaborer la stratégie de communication interne et la mettre en œuvre

Quelques thèmes abordés : piloter la réalisation du dispositif de communication interne, concevoir le plan de communication, réaliser un audit de communication.

Écouter et comprendre le corps social

Quelques thèmes abordés : réaliser une étude d'opinion interne, développer une écoute informelle.

2^{ème} journée

« Le responsable communication interne : conseil interne »

Conseiller le management

Focus sur la communication managériale : définition, finalités, modalités.

Manager son équipe et piloter la fonction

Quelques thèmes abordés : manager l'équipe de communication interne, animer et gérer le réseau des communicants, négocier et élaborer les budgets de communication interne.

Élaboration du plan de travail personnel

3^{ème} journée

« Développer une dynamique collective »

Retour et analyse des plans d'actions individuels

Développer la dynamique collective dans son entreprise

Quelques thèmes abordés : faire vivre et évoluer la culture interne, mettre en place et animer un réseau social d'entreprise, créer des événements.



Formatrice :
Florence Garrigues,
consultante et formatrice
en communication,
précédemment responsable
de la communication interne
et managériale dans un grand
groupe industriel.

FORMATIONS TENDANCES ET PRATIQUES

Les formations Tendances et Pratiques proposent aux professionnels de la communication **une veille sur les tendances du secteur et un benchmark des pratiques professionnelles** exemplaires.

Chacune de ces formations explore les différentes facettes d'une thématique à travers des témoignages de professionnels. Des éclairages d'experts et des ateliers viennent compléter ces retours d'expériences.

Leur vocation est d'offrir un espace et un temps de partage entre communicants.

Chacun peut ainsi s'enrichir de l'expérience des intervenants, mais aussi de celle des autres participants.

À qui s'adressent ces formations ?

- Les directeurs, responsables et chargés de communication ;
- Les directeurs, responsables et chargés de communication interne ;
- Les directeurs et responsables des ressources humaines ;
- Les consultants et experts ;
- Toute personne souhaitant professionnaliser ses pratiques de communication.

Les atouts des formations Tendances et pratiques :

- des programmes construits sur l'expérience professionnelle, en prise directe avec les pratiques et les enjeux des responsables communication,
- une veille permanente sur les problématiques émergentes et les tendances métier,
- une connexion directe aux autres activités de l'Afci (études, publications, événements, ...),
- l'accent mis sur le partage et l'échange, dans une atmosphère conviviale.

En 2016-2017 vous avez notamment entendu les témoignages de :



L'ORÉAL



THALES



Et beaucoup d'autres ...

RÉSEAUX SOCIAUX D'ENTREPRISES : LEVIERS ET PISTES D' ACTIONS

Date :

mardi 17 octobre 2017 à Paris

De plus en plus d'entreprises font évoluer leurs intranets classiques vers des plateformes collaboratives, des réseaux sociaux internes ou des *digital workplaces*. Ces nouveaux outils contribuent à la performance de la communication et, plus globalement, des organisations. Comment accompagner ces nouveaux usages collaboratifs et susciter l'interactivité ? Comment faire évoluer un dispositif de communication interne en intégrant ces usages et potentialités nouveaux ? Quels sont les leviers réellement efficaces ?

Objectifs :

- découvrir les bonnes pratiques en matière de mise en place et d'animation d'un intranet collaboratif, d'une *digital workplace* et d'un réseau social interne,
- repenser le rôle du communicant interne à l'heure de la transformation digitale des organisations.

TARIF

- Membre Afcî : **680 € HT** (816 € TTC)
- Non membre : **790 € HT** (948 € TTC)

Les points forts de cette formation :

- la possibilité de partager les expériences des entreprises les plus avancées dans le domaine des intranets collaboratifs et des réseaux sociaux internes,
- les approches croisées de consultants, de professionnels de la communication et des RH.

Pour renforcer la communication interne dans votre organisation et compléter votre parcours de formation, nous suggérons de combiner cette formation avec la formation Tendances et Pratiques « **La communication interne, clé de la transformation digitale** » cf. page 10.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session :

www.afci.asso.fr > Formations > Tendances et Pratiques.

Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne)

TENDANCES ET NOUVELLES PRATIQUES DE COMMUNICATION INTERNE

Date :

jeudi 16 novembre 2017

Pour demeurer performante et répondre aux nouveaux enjeux des organisations, la communication interne doit se renouveler. Cela implique de développer une veille sur son environnement métier pour conserver toujours une longueur d'avance.

Quelles sont aujourd'hui les tendances et les pratiques émergentes de communication interne ? Comment trouver de l'inspiration à l'extérieur, mais aussi renforcer ses propres capacités créatrices ? Comment faire évoluer ses actions en fonction des nouvelles attentes et usages des salariés ?

Objectifs :

- proposer une sélection de tendances métiers, en les confrontant aux nouveaux enjeux de communication interne,
- donner des clefs aux communicants pour renouveler leurs dispositifs.

TARIF

- Membre Afcî : **680 € HT** (816 € TTC)
- Non membre : **790 € HT** (948 € TTC)

Les points forts de cette formation :

- la veille métier réalisée en continu par l'Afcî à travers son réseau de 800 membres,
- l'atelier proposé pour développer sa propre créativité.

Pour renforcer la communication interne dans votre organisation et compléter votre parcours, nous suggérons de combiner cette formation avec la formation Expertise « **Structurer efficacement sa communication interne** » cf. page 16.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session :

www.afci.asso.fr > Formations > Tendances et Pratiques.

Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne)

LA COMMUNICATION INTERNE, LEVIER DE LA TRANSFORMATION DIGITALE

Date :

jeudi 1^{er} février 2018

La transformation digitale de l'entreprise est bien plus qu'une affaire d'outils et d'équipement. Il s'agit bien d'une profonde évolution des modes de management, de collaboration, d'apprentissage... mais également des organisations. Autant d'enjeux humains et culturels qui placent la communication au cœur de cette transformation.

Du partage de la vision à l'accompagnement des nouveaux usages, tour d'horizon du rôle de la communication interne.

Objectifs :

- **comprendre les enjeux et impacts de la transformation digitale sur l'entreprise, son organisation, ses métiers,**
- **bien appréhender la place de la communication dans les nouvelles formes de management et de collaboration.**

TARIF

- Membre Afcî : **680 € HT** (816 € TTC)
- Non membre : **790 € HT** (948 € TTC)

Les points forts de cette formation :

- des clefs pour construire une vision globale de la transformation digitale de son organisation,
- des retours d'expériences d'entreprises avec une maturité digitale forte.

Pour renforcer la communication interne dans votre organisation et compléter votre parcours, nous suggérons de combiner cette formation avec la journée Tendances et Pratiques « **Réseaux sociaux d'entreprises : leviers et pistes d'actions** » cf. page 8.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session :

www.afci.asso.fr > Formations > Tendances et Pratiques.

Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne)

RENOUVELER SA COMMUNICATION INTERNE GRÂCE À L'INTELLIGENCE COLLECTIVE

Date :

mardi 20 mars 2018

À l'heure de la digitalisation et des nouvelles formes de travail, l'intelligence collective permet de retisser des liens entre les personnes, de mobiliser l'énergie des acteurs du changement, d'explorer des sujets sous des angles différents, et de créer ensemble des solutions pour accompagner la transformation des organisations. Comment l'ouverture à l'intelligence collective peut-elle aider à renouveler sa pratique de la communication interne et élargir son champ d'intervention ? Comment faire émerger l'intelligence collective en suscitant dialogue, co-construction et engagement au sein des organisations ?

Objectifs :

- découvrir des méthodes d'intelligence collective,
- acquérir des clés pour impulser l'intelligence collective en interne.

TARIF

- Membre Afcj : **680 € HT** (816 € TTC)
- Non membre : **790 € HT** (948 € TTC)

Les points forts de cette formation :

- La découverte de méthodes d'intelligence collective : Forum Ouvert, World café, Co-développement...,
- L'expérimentation grâce à des ateliers entre pairs.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session :

www.afci.asso.fr > Formations > Tendances et Pratiques.

Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne)

COMMUNIQUER AVEC DES SALARIÉS NON CONNECTÉS OU NOMADES

Date :

jeudi 5 avril 2018

Dans 1 entreprise sur 4, moins de la moitié des salariés est connecté à l'intranet*. Lorsqu'on ajoute à ce chiffre les salariés nomades (commerciaux, consultants, ...), il apparaît essentiel de réfléchir à un dispositif de communication équilibré, alliant le digital à d'autres médias. Certaines entreprises choisissent de recourir à l'utilisation des outils personnels (smartphones, tablettes...) comme canal de communication de l'entreprise avec leurs salariés.

Alors comment adapter sa communication interne à l'ensemble de ses publics ? Comment garantir un traitement équitable, un accès homogène à l'information et aux temps forts de l'entreprise ?

** Source : baromètre Inergie-Afci 2012 de la fonction communication interne.*

Objectifs :

- **comprendre la spécificité des usages de ses publics internes et identifier les contraintes,**
- **réussir le bon mix entre outils classiques et nouveaux outils de communication,**
- **appréhender les différentes composantes du sujet : sociologique, culturelle, juridique, technologique.**

Les points forts de cette formation :

- la diversité et la complémentarité des outils présentés,
- le lien avec d'autres thématiques-phares, comme la communication managériale, les réseaux sociaux d'entreprises et les applications mobiles.

TARIF

- Membre Afci : **680 € HT** (816 € TTC)
- Non membre : **790 € HT** (948 € TTC)

Pour réaliser un focus sur un dispositif de communication interne en particulier et compléter votre parcours, nous suggérons de combiner cette formation avec la journée Tendances et Pratiques « **Renouveler son journal interne** » cf. page 13.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session :

www.afci.asso.fr > Formations > Tendances et Pratiques.

Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne)

RENOUVELER SON JOURNAL INTERNE

Date :

mardi 22 mai 2018

Alors qu'il semblait menacé par la montée en puissance du numérique, le journal interne reste un outil très présent dans les dispositifs de communication des entreprises. Mais, pour survivre, il doit s'adapter aux nouveaux enjeux et aux nouveaux usages.

Du *rich media* à la co-production interne des contenus, de l'articulation global/local au profilage des éditions, comment le journal interne évolue-t-il aujourd'hui ?

Quelles perspectives à l'heure de la digitalisation des contenus ?

Objectifs :

- **bien appréhender les nouvelles attentes des salariés et leurs usages de lecture,**
- **comprendre l'impact du digital et les opportunités qu'il offre,**
- **repositionner son journal interne au sein d'un dispositif global de communication en intégrant de nouveaux formats d'écriture.**

TARIF

- Membre Afcf : **680 € HT** (816 € TTC)
- Non membre : **790 € HT** (948 € TTC)

Les points forts de cette formation :

- la complémentarité entre l'expertise « agence » et le retour d'expérience de communicants,
- l'ouverture vers des tendances sociétales appliquées au domaine de la communication interne.

Pour renforcer la communication interne dans votre organisation et compléter votre parcours, nous suggérons de combiner cette formation avec la journée Tendances et Pratiques « **Tendances et nouvelles pratiques de communication interne** » cf. page 9.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session :

www.afci.asso.fr > Formations > Tendances et Pratiques.

Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne)

COMMUNIQUER POUR RENFORCER L'EXPÉRIENCE SALARIÉ

Date :

jeudi 21 juin 2018

On parle beaucoup d'expérience et de parcours client mais que fait-on pour les salariés ? Pour gérer son capital le plus précieux, ses collaborateurs, l'entreprise doit mettre en place un accompagnement tout au long de leurs parcours.

De l'intégration à l'évolution de carrière en passant par l'expérience du digital, comment la communication interne peut-elle contribuer à enrichir l'« expérience salarié » pour faciliter l'intégration, développer le bien-être au travail et fidéliser les collaborateurs ?

Objectifs :

- revisiter la communication RH pour l'adapter aux nouvelles attentes des salariés,
- comprendre l'articulation interne / externe et court terme / long terme.

TARIF

- Membre Afcj : **680 € HT** (816 € TTC)
- Non membre : **790 € HT** (948 € TTC)

Les points forts de cette formation :

- le croisement des expertises RH et communication,
- la présentation de bonnes pratiques de collaboration entre ces deux familles professionnelles.

Le programme détaillé de la formation est disponible en ligne, 6 semaines avant la session :

www.afci.asso.fr > Formations > Tendances et Pratiques.

Les inscriptions sont ouvertes dès le mois de septembre (bulletin disponible en ligne)

LES FORMATIONS *EXPERTISE*

Au-delà des compétences techniques et des savoirs fondamentaux classiques, les nouveaux enjeux de communication nécessitent un renforcement des capacités de pilotage de la fonction, mais aussi le développement d'une posture de conseil et d'accompagnement des directions fonctionnelles et opérationnelles.

Les formations Expertise de l'Afci vous proposent d'enrichir votre expertise métier, à travers 5 modules construits chacun sur :

- des savoirs fondamentaux pour bien appréhender la thématique abordée,
- des repères méthodologiques,
- des illustrations concrètes,
- des temps de mise en pratique.

Les atouts de ces formations :

- l'alternance des apports théoriques, des études de cas et des exercices pratiques,
- les croisements interdisciplinaires proposés par les formateurs possédant tous une double expertise (communication et finance, communication et accompagnement du changement, etc.).

Pour favoriser les échanges, le nombre de participants sera limité à 10 personnes.

STRUCTURER EFFICACEMENT SA COMMUNICATION INTERNE

Date :

jeudi 5 octobre 2017

Cette formation vise à positionner la communication interne de son entreprise dans une optique de performance et à l'inscrire dans une démarche de progrès continu.

À qui s'adresse cette formation ?

- des professionnels souhaitant restructurer leur plan de communication interne et leur organisation de travail afin de renforcer la place de la communication interne au sein de leur organisation,
- des professionnels exerçant la mission de communicant interne sans avoir élaboré de plan de communication et soucieux de renforcer leur dispositif de communication interne.

Cette formation peut compléter le cycle « Communication interne : fondamentaux et nouveaux enjeux ».

Les objectifs de la formation :

- acquérir ou conforter les bases nécessaires à l'élaboration du plan de communication,
- savoir justifier les choix stratégiques des actions de communication,
- savoir élaborer un système d'appréciation des résultats,
- piloter sa communication en fonction des résultats,
- rendre plus stratégique son rôle et sa fonction au sein de son entité,
- développer sa capacité à « vendre » les projets de communication interne.

Les points forts de cette formation :

- un travail approfondi sur le plan de communication, les outils stratégiques et les outils d'évaluation des dispositifs,
- un échange à partir des pratiques et des plans de communication des participants,
- des études de cas abordées au fil de la journée,
- une méthodologie pour structurer et renforcer sa communication interne.

TARIF

- Membre Afcî : **800 € HT** (960 € TTC)
- Non membre : **920 € HT** (1 104 € TTC)

PROGRAMME

La place de la communication dans l'organisation

- Les différents types d'organisation ;
- L'importance de la culture pour une organisation ;
- Les hommes et les femmes de l'organisation.

La stratégie et le plan de communication

- Deux raisons d'être :
 - outil de pilotage,
 - outil de mobilisation des parties prenantes.
- Les composantes :
 - axes stratégiques,
 - plan d'action,
 - dispositifs permanent et ponctuel ;
- L'établissement de son plan d'actions ;
- Illustrations : exemples de plans de communication.

L'évaluation de la communication

- Les performances :
 - en termes d'efficacité,
 - en termes d'efficience.
- Les bénéfices :
 - contribution à l'activité de l'organisation,
 - qualité des relations dans l'entreprise.
- Le tableau de bord : 4 fonctions
 - Outil de management ;
 - Outil de pilotage ;
 - Outil d'aide à la négociation pour le communicant (moyens, marge de manœuvre, reconnaissance) ;
 - Outil de reporting.
- Le dispositif d'évaluation :
 - ponctuel (mesure au fil de l'eau, sondage, observations, ...),
 - récurrent (enquêtes, sondages).
- Des indicateurs en fonction des outils : print, web, événementiel

Les postures du communicant interne

- Les différentes postures en fonction des missions, des interlocuteurs, des clients internes... ;
- Les activités (écoute, produit, conseille, anime la dynamique collective, facilite, organise, accompagne, exécute, est un chef d'orchestre, un partenaire, fait du lobbying...);
- Les (nouvelles) missions ;
- Le passage du rôle de « producteur » d'informations à facilitateur de la circulation d'informations ;
- Le renforcement de sa légitimité.



Formateurs :

Florence Garrigues, consultante et formatrice en communication, précédemment responsable de la communication interne et managériale dans un grand groupe industriel.



Patrick Féminier, consultant, animateur et formateur. Spécialisé en communication et management, il intervient dans les domaines de la dynamisation d'équipes, de la mobilisation d'acteurs et, plus généralement, de l'accompagnement du changement. Il est également enseignant (INSA, Universités Lyon 3 et Grenoble 3, Kedge Marseille...).

COMMUNIQUER LES RÉSULTATS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS

Date :

jeudi 7 décembre après-midi
et vendredi 8 décembre 2017

Cette formation vise à bien appréhender les principales données financières de son entreprise afin d'être en capacité de concevoir et d'animer un dispositif de communication financière interne.

À qui s'adresse cette formation ?

Des professionnels de la communication interne souhaitant développer leur culture financière pour :

- être en capacité de mieux coopérer avec les équipes financières,
- créer les conditions d'émergence d'une communication financière interne spécifique,
- favoriser le développement d'une pédagogie sur la performance économique de son entreprise.

Les objectifs de la formation :

- **appréhender les fondamentaux de l'entreprise : marchés, stratégie, atouts, publics,**
- **connaître les acteurs des marchés financiers, leur organisation et leurs attentes,**
- **identifier et comprendre les éléments comptables et financiers de l'entreprise,**
- **présenter et expliquer la communication financière d'entreprise,**
- **présenter les spécificités de la communication financière pour l'interne,**
- **travailler concrètement sur un cas « fil rouge ».**

Les points forts de cette formation :

- une approche pragmatique de la culture financière à maîtriser,
- des apports théoriques indispensables que votre entreprise soit cotée ou non,
- un travail collectif à travers des mises en situation inspirées de cas réels,
- un expert reconnu en communication financière (directeur de la communication, analyste financier, enseignant et auteur d'ouvrages de référence).

TARIF

- Membre Afcf : **1 100 € HT** (1 320 € TTC)
- Non membre : **1 300 € HT** (1 560 € TTC)

PROGRAMME

I - Un cadrage préalable

- Une porosité croissante : le mélange des publics et des communications de l'entreprise ;
- Une financiarisation croissante de la vie et du discours de l'entreprise ;
- Une information plus financière, plus réglementée et plus encadrée ;
- L'obsession du court terme favorisée par les technologies nouvelles ;
- Un communicant de plus en plus remis en cause.

II - Des chiffres...

- **Maîtriser les fondamentaux de l'entreprise :** les marchés, la stratégie et les atouts face aux contraintes, les publics, la situation particulière des actionnaires et des salariés ;
- **Apprendre à décrypter les états financiers majeurs :** bilan, compte de résultat, *cash flow* et *free cash flow*, principaux ratios (profitabilité, financement, boursier) utilisés par « les marchés », mots-clés du vocabulaire financier courant.

Exercice pratique : transformer les données financières en éléments de communication de l'entreprise



Formateur :

Aujourd'hui consultant en communication, **Jean-Yves Léger** a d'abord exercé le métier d'analyste financier aux Banques Populaires, puis a été directeur de la communication de Danone et LVMH. Il a rejoint Euro RSCG en 1995 où il a été, jusqu'à fin 2008, Partner, membre du comité de direction, d'Euro RSCG C&O (Havas Paris).

III - ... Et des textes

- **Les acteurs majeurs du monde de la finance ;**
- **La communication financière pourquoi ?**
 - une réponse aux contraintes réglementaires,
 - un cadre juridique contraignant,
 - l'information réglementée et l'information périodique,
 - la gestion de l'information permanente et de l'information privilégiée,
 - un outil stratégique pour le dialogue avec les publics financiers,
 - une démarche de marketing,
 - une source de risques.
- **Le calendrier de la communication financière ;**
- **Les limites de la communication financière :** opportunités, risques et sanctions ;
- **Une communication financière pour l'interne :**
 - focus sur quelques points : *guidance*, consensus, gestion de la *quiet period*
 - les moyens spécifiques,
 - communication financière interne et gestion des médias sociaux.

Exercice pratique : rédiger un contenu financier destiné aux salariés

Depuis plus de 20 ans, il enseigne dans plusieurs écoles de commerce et de communication (ESCP, NEOMA BS, Institut de Haute Finance, CELSA...). Membre fondateur du CLIFF et ancien administrateur de la Sfaf (Société française des analystes financiers), il a publié *La communication financière*, éditions Dunod, et *Le crowdfunding*, éditions La Découverte.

ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT

Date :

jeudi 25 janvier après-midi
et vendredi 26 janvier 2018

Cette formation donne les clés aux responsables de communication interne pour devenir des acteurs efficaces au service du changement.

Elle vise à positionner la communication interne comme un levier de réussite des transformations à l'œuvre en entreprise.

À qui s'adresse cette formation ?

Des professionnels de la communication interne souhaitant acquérir ou renforcer leurs compétences pour être acteur de la conduite du changement.

Les objectifs de la formation :

- acquérir un socle de connaissances indispensables sur les fondamentaux et les processus de conduite du changement,
- développer son rôle de partenaire-clé vis à vis des dirigeants et des managers et de facilitateur auprès des salariés dans le dispositif global de conduite du changement,
- cerner et articuler les actions concrètes et prioritaires de communication interne à mettre en œuvre tout au long du processus de changement.

Les points forts de cette formation :

- un apprentissage adapté aux responsables de communication interne impliqués dans la transformation de leur entreprise,
- l'expérience de la formatrice à la fois de consultante en conduite du changement et de coach certifiée, qui permet aux participants de pratiquer leur posture d'acteurs du changement,
- des cas concrets qui facilitent la mise en situation et le choix d'actions applicables à son contexte professionnel.

TARIF

- Membre Afcï : 1 100 € HT (1 320 € TTC)
- Non membre : 1 300 € HT (1 560 € TTC)

PROGRAMME

1^{ère} demi-journée : décrypter et s'approprier les mécanismes de changement dans son rôle

- Les différentes phases de transformation ;
- Détecter et prendre en compte le sens individuel du changement à partir du sens collectif ;
- Expérimenter sa posture en fonction des notions de contrainte et de pouvoir, des freins et des « accélérateurs » de changement.

Exercices pratiques en groupe et sous-groupes : diagnostiquer ses points forts et ses marges de progrès comme acteur du changement.

2^{ème} demi-journée : traduire le changement en objectifs à atteindre

À partir de 3 exemples concrets de changement : nouvel outil digital, fusion ou acquisition, et déménagement

- Identifier la portée du projet, ses fondements externes et internes ;
- Détecter les faits significatifs de changement avec leurs objectifs associés, leurs impacts et les acteurs concernés ;
- Mesurer l'acceptabilité du changement dans l'entreprise ;
- Déduire les besoins des membres de l'entreprise face aux changements.

Exercices pratiques en groupe et sous-groupes : clarifier et matérialiser son champ d'actions dans ses compétences actuelles pour favoriser la réussite du changement.

3^{ème} demi-journée : développer ses compétences pour nouer un contrat de confiance et de coopération avec les dirigeants et les collaborateurs

À partir de 3 exemples concrets de changement : nouvel outil digital, fusion ou acquisition, et déménagement

- Exercer son rôle de pivot entre dirigeants et salariés pour ajuster sa démarche et gagner en efficacité ;
- Jouer son rôle de partenaire utile et éthique des dirigeants et des managers ;
- Renforcer l'écoute active et la bonne distance avec les salariés pour être facilitateur/messager du changement auprès d'eux.

Exercices pratiques en groupe et sous-groupes : se fixer 3 actions-clés atteignables pour gagner en efficacité et en proactivité.



Formatrice :

Dominique Hadria est consultante en communication et en RH, coach certifiée et formatrice. Elle permet aux entreprises de franchir plus sereinement les étapes du changement sur le plan humain par son expérience des impacts et du déploiement des plans d'actions. Elle coache les managers et leurs équipes lors des transformations d'entreprise. Spécialiste des transformations digitales, elle accompagne également de nombreuses startups et plusieurs projets d'intrapreneuriat.

CONSEILLER LES MANAGERS ET LES DIRIGEANTS POUR DÉVELOPPER LA DIMENSION STRATÉGIQUE DE LA COMMUNICATION INTERNE

Date :

jeudi 22 mars après-midi
et vendredi 23 mars 2018

Cette formation vise à favoriser le développement de la posture de conseil des responsables de communication interne auprès des dirigeants et des managers de leur organisation pour bien positionner la communication interne dans l'organisation. Elle s'appuie sur la compréhension et l'analyse de leurs enjeux stratégiques.

À qui s'adresse cette formation ?

Des professionnels de la communication souhaitant faire évoluer leur pratique vers une dimension conseil plus affirmée auprès du management et des dirigeants.

Les objectifs de la formation :

- comprendre les nouveaux défis internes des entreprises,
- replacer les enjeux de communication interne de son entreprise dans un contexte économique, social et numérique plus global,
- asseoir sa légitimité de *business partner*,
- monter en compétences sur sa posture de conseil interne auprès des managers et des dirigeants (conseil, facilitation, coaching).

Les points forts de cette formation :

- un contenu adapté au profil des participants et de leurs entreprises,
- l'alternance des apports théoriques, des études de cas et des exercices pratiques,
- une professionnalisation entre experts de la communication interne.

TARIF

- Membre Afcî : 1 100 € HT (1 320 € TTC)
- Non membre : 1 300 € HT (1 560 € TTC)

PROGRAMME

I - Comprendre et analyser les enjeux stratégiques des dirigeants et managers

- L'histoire de la communication interne associée à l'histoire des RH, de nouveaux défis communs ;
- Les enjeux internes dans la société du « co » et des entreprises de plus en plus agiles et apprenantes ;
- Quelle communication interne dans une entreprise 3.0 ?

II - Tour de piste de la communication interne au service d'une entreprise performante

- Partager une vision, une ambition, donner du sens à une histoire commune ;
- Créer et définir des règles du jeu ;
- Savoir créer les conditions de la motivation ;
- Travailler ensemble de manière transverse, collaborative et collective ;
- Célébrer les réussites, apprendre des échecs, capitaliser sur les expériences ;
- Innover, sortir du cadre, créer ensemble.



Formatrice :

Précédemment responsable de la communication interne et managériale dans un grand groupe d'assurance, **Marina Bellouin-Volant** est consultante, formatrice et coach en communication interne et managériale. Responsable du réseau local de l'Afci à Bordeaux, elle anime également un club local APM (Association Progrès du Management) de dirigeants d'entreprises.

Fil conducteur de la formation

Les nouveaux défis des entreprises qui doivent s'adapter à une société « civile » en mouvement.

Quels sont les enjeux et les défis de mon entreprise, de mes dirigeants et de mon manager ?

J'accompagne l'équipe de direction dans ses projets (un expert interne au service des directeurs)

Je suis force de proposition auprès de mon dirigeant (un conseiller interne au service du dirigeant pour l'aider à prendre de la hauteur)

Positionner la communication interne à un niveau stratégique

CYCLE DE FORMATION

BIEN COMMUNIQUER AUJOURD'HUI : L'APPORT INDISPENSABLE DES SCIENCES SOCIALES

Les communicants ont besoin de renforcer les liens entre savoirs fondamentaux et pratiques pour appréhender les transformations dans les entreprises, accompagner les projets et créer du lien social. Les sciences sociales les aident à mieux comprendre les situations et les acteurs, à interroger leurs pratiques et à agir de façon plus pertinente.

Ce cycle de formation permet aux participants :

- d'acquérir ou réactiver des connaissances utiles pour mieux comprendre les situations professionnelles,
- de se confronter à d'autres modes de pensée et interrogations permettant de trouver des repères pour l'action,
- de participer à des échanges constructifs entre professionnels.

Une formation de 3 jours, répartie sur 3 mois, abordant des thématiques au cœur des enjeux actuels des entreprises :

- les transformations au sein de l'entreprise et les évolutions sociales,
- les enjeux du numérique,
- le rôle et l'apport de la communication dans le travail au quotidien, l'implication du management de proximité dans la communication,
- le digital et ses implications dans le travail et la communication,
- la place de l'individu au travail.

À qui s'adresse cette formation ?

- Les directeurs de la communication ;
- Les directeurs et responsables de la communication interne ;
- Les directeurs et responsables des ressources humaines ;
- Les consultants.

Dates :
cycle de 3 jours
indissociables
les jeudis 18 janvier,
8 février et 15 mars

Les atouts de cette formation :

- Des apports provenant de la sociologie, de la psycho-sociologie, de l'ergonomie, des sciences de l'information et de la communication, des sciences de gestion...,
- des interventions d'universitaires et chercheurs de haut niveau, ayant une bonne connaissance du monde de l'entreprise, et partageant les dernières recherches en sciences sociales,
- les apports de grands témoins d'entreprises : directeurs de la communication et/ou des ressources humaines, directeurs des relations sociales,
- une co-animation par deux professionnels favorisant les relations entre savoirs et pratiques, ainsi que les échanges au sein du groupe (20 personnes maximum),
- la remise de synthèses des interventions et de supports de référence (articles, bibliographies) pour creuser les sujets abordés.

TARIF

- Membre Afcf : **1 500 € HT** (1 800 € TTC)
- Non membre : **1 650 € HT** (1 980 € TTC)

PROGRAMME

1^{ère} journée - Jeudi 18 janvier 2018 / 9h-18h

Comprendre les transformations de l'entreprise

« Les évolutions des organisations et des mondes sociaux »

Chaque entreprise est un « monde social » avec son histoire, son fonctionnement, sa vision de l'avenir. Élément essentiel pour les communicants : décoder la culture de son entreprise.

Intervention de **Florence Osty**, chercheur au sein du Laboratoire interdisciplinaire pour la sociologie économique (LISE) du CNRS.

Penser le numérique

« Algorithmes, big data : ce que le numérique transforme dans les conduites »

La « transformation digitale » est en cours. Au-delà de l'invention technique, qu'est-ce qui se joue du côté des usages et de l'expérience ?

Intervention pressentie de **Dominique Cardon**, sociologue et professeur à Sciences Po/Medialab.

Grand témoin : un directeur de la communication ou un DRH

2^{ème} journée - Jeudi 8 février 2018 / 9h-18h

Situer la communication au cœur des changements

« Communication et organisation du travail »

Quand l'organisation contribue à façonner les modes de communication dans l'entreprise. Retour sur l'histoire de la communication en entreprise.

Intervention de **Vincent Brulois**, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13.

Travailler et communiquer

« Voyage au cœur du travail et de l'activité »

Le travail est devenu un espace de communication de première importance.

« On ne peut plus travailler sans communiquer ». La spécificité du travail tient à la capacité à agir dans un monde qui n'est pas connu d'avance

Intervention pressentie de **François Hubault**, ergonome, directeur du département Ergonomie et écologie humaine à l'Université Paris 1.

Grand témoin : un directeur de la communication ou un DRH

PROGRAMME

3^{ème} journée - Jeudi 15 mars 2018 / 9h-18h

Identifier le rôle du management dans la communication de proximité

« Créer des espaces de discussion dans le travail »

Comment mettre le manager au centre du travail dans un dialogue permanent avec les équipes

Intervention de **Mathieu Detchessahar**, professeur en sciences de gestion à l'Université de Nantes.

Comprendre les enjeux du sens et de l'imaginaire en entreprise

« L'individu au travail, une question de sens »

Comment le salarié essaie d'assurer un « continuum de sens » afin de « se reconnaître » et d'« être reconnu ».

Intervention de **Florence Giust-Desprairies**, professeur en psychosociologie à l'Université Paris 7.

Grand témoin : un directeur de la communication ou un DRH



Formateurs :

Jean-Marie Charpentier

Docteur en sciences de l'information et de la communication. Après un parcours professionnel de responsable communication, puis de responsable de l'observation sociale d'une grande entreprise, il est aujourd'hui consultant. Il a co-écrit l'ouvrage *Refonder la communication en entreprise*, Éditions FYP. Il est administrateur de l'Afci.



Jacques Viers

Docteur en droit, diplômé de Sciences Po (Executive master Sociologie de l'entreprise et stratégie de changement). Après une carrière de cadre au sein d'une grande entreprise, Jacques Viers est aujourd'hui administrateur de l'Association des professionnels en sociologie de l'entreprise (APSE) et membre actif de l'Afci.

Informations pratiques

► Modalités d'inscription

Toute admission à une formation est soumise à une inscription préalable. Les formulaires d'inscription sont disponibles en ligne : www.afci.asso.fr > Formations
Ils peuvent être renvoyés par mail (contact@afci.asso.fr), ou par courrier (67 rue de Chabrol, 75010 Paris).

Un mail de confirmation d'inscription vous sera envoyé à la réception de votre demande.

► Lieu de la formation

Toutes les formations sont organisées à Paris.
Le lieu exact est indiqué sur les programmes et bulletins d'inscriptions.

► Tarifs

Ce tarif inclut les frais pédagogiques, ainsi que les frais de restauration (déjeuners et pauses).

Tarif adhérent :

1 jour = 800 € HT (960 € TTC)

1,5 jours = 1 100 € HT (1 320 € TTC)

Cursus de 3 jours = 1 500 € HT (1 800 € TTC)

Tarif non-adhérent :

1 jour = 920 € HT (1 104 € TTC)

1,5 jours = 1 300 € HT (1 560 € TTC)

Cursus de 3 jours = 1 650 € HT (1 980 € TTC)

► Règlement

Le bon de commande et le règlement sont à établir à l'ordre de l'Afci.

Le règlement peut être effectué par chèque ou par virement, à l'ordre de l'Afci.

Coordonnées bancaires Afci

Domiciliation : CCM ARTDONYS

Banque	Guichet	Compte	Clé
10278	06072	00012262245	01

IBAN : FR76 1027 8060 7200 0122 6224 501

BIC : CMCIFR2A

Ce cursus de formation peut être pris en charge par le budget formation de l'entreprise. Il doit permettre au communicant de développer ses compétences professionnelles par l'acquisition de nouveaux savoirs. **N° de formation : 11 75 23006 75.**

Conformément à la Loi Informatique et Libertés du 06/01/1978, nous nous engageons à ne pas diffuser à l'extérieur les informations qui vous sont demandées pour votre inscription et sont destinées aux services de l'Afci.

► Conditions d'annulation

Toute annulation d'inscription doit parvenir à l'Afci par écrit au plus tard 10 jours avant la première journée de formation. Passé

ce délai, vous recevrez une facture du montant de l'inscription. Le participant peut se faire remplacer en nous communiquant par écrit le nom et les coordonnées du remplaçant. L'Afci se réserve le droit d'annuler, de reporter cette formation ou de modifier le contenu du programme ou le lieu, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.



À propos de l'Afci

Créée en 1989, l'Association française de communication interne (Afci), réunit plus de 800 membres, professionnels de la communication exerçant dans des organisations publiques et privées, consultants et universitaires. Parmi les organisations membres, notons notamment : Generali, la région Île-de-France, BNP Paribas, Danone, la Métropole de Lyon, Areva, Thales, Laboratoires Pierre Fabre, Sodexo, le groupe RATP, ...

Réseau de professionnels, réservoir de compétences et d'expériences, espace de réflexion et d'échanges au carrefour des évolutions de la communication des organisations, l'Afci s'est donné trois missions : professionnaliser, échanger, rayonner.

www.afci.asso.fr

afci

LA COMMUNICATION
AU CŒUR DES ORGANISATIONS

Délégation générale - 67 rue de Chabrol - 75010 Paris
Tél. : 01 47 07 63 01 - contact@afci.asso.fr