

DUREE : 1 journée

Mercredi 17 novembre 2021 de 9h à 17h30

LIEU : 67 rue de chabrol 75010 Paris

Cette formation vise à positionner la communication interne de son organisation dans une optique de performance et à l'inscrire dans une démarche de progrès continu en pilotant sa communication en fonction des résultats, en rendant plus stratégique son rôle et sa fonction au sein de son entité et en développant sa capacité à « vendre » les projets de communication interne.

Cette formation peut compléter le cycle « Communication interne : fondamentaux et nouveaux enjeux ». Avoir suivi ce cycle de formation **n'est pas** un prérequis.

Objectifs pédagogiques :

- Acquérir ou conforter les bases nécessaires à l'élaboration du plan de communication ;
- • apprendre à élaborer un système d'appréciation des résultats ;
- • apprendre à justifier les choix stratégiques des actions de communication ;

Public

- Des professionnels souhaitant restructurer leur plan de communication interne et leur organisation de travail afin de renforcer la place de cette fonction au sein de leur organisation ;
- • Des professionnels exerçant la mission de communicant interne sans avoir encore élaboré un plan de communication et soucieux de renforcer leur dispositif.

Prérequis : Exercer des fonctions de communication interne / RH / managériale

Moyens pédagogiques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la 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 cas pratiques étudiés au fil de la journée ;
- Une méthodologie pour structurer et renforcer sa communication interne ;
- L'alternance d'apports théoriques et d'exercices individuels et collectifs ;
- Documents supports de formation projetés.
- Quiz en salle Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation ;

Modalités d'évaluation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation

Contenu de la formation

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 :
 - plan d'action;
 - axes stratégiques;
 - dispositifs permanent et ponctuel.
- L'établissement de son plan d'actions
- Illustrations : exemples de plan de com

L'évaluation de la communication :

- Les performances en termes d'efficacité et d'efficience ;
- Les bénéfices : contribution à l'activité de l'organisation et à la 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 endossées (en fonction des missions, des interlocuteurs, des clients internes...);
- Ses activités (écoute, production, conseil, animation de dynamique collective, facilitation, accompagnement, lobbying) ;
- Ses (nouvelles) missions ;
- Le passage d'un rôle de producteur d'informations à facilitateur de la circulation d'informations ;
- Le renforcement de sa légitimité.

Informations complémentaires

Tarif membres Afci : 985 € HT (1 182€ TTC) // **Tarif non-membres** : Afc*i* : 1 180 € HT (1 416 € TTC)

Délai d'accès : les inscriptions à cette formation sont ouvertes jusqu'au 10 novembre 2021 - **Pour favoriser les échanges le nombre de participants est limité à 6 personnes**

Accessibilité/ Handicap : la formation est ouverte à tous. Cependant, en cas de doute, nous vous invitons à prendre contact directement avec nous (schairi@afci.asso.fr) en amont de la formation, pour que nous puissions en discuter et au besoin adapter notre pédagogie, nos activités ou le lieu de la formation en fonction des situations de handicap qui pourraient se présenter. **A noter** : Les locaux situés au 67 rue de Chabrol 75010 Paris ne sont pas accessibles PMR.

Indicateurs qualité

Cette formation figure dans l'offre de formation de l'Afc*i* depuis la saison 2017/2018

Nombre de sessions animées : **6**

Nombre de stagiaires formés : **50**

40 % des stagiaires formés ont jugé cette formation « **bonne** »

60 % des stagiaires formés ont jugé cette formation « **excellente** »

Formateurs



Florence Garrigues. Formatrice et consultante en communication auprès des managers et des responsables de communication / RH de grands groupes, PME, secteur privé et public, pour faire de leur communication un levier de performance, fédérer autour d'une vision partagée, créer une dynamique collective et accompagner les transformations.

Domaines de compétences : communication interne, communication managériale, accompagnement du changement, gestion de projet, développement de la dynamique collective, animation de réseau, ingénierie pédagogique et animation

Participe à la conception et à l'animation des formations.



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 Mar seille...).

Participe à la conception et à l'animation des formations dans le domaine de la communication interne.