

DEFINIR SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Concevoir et mettre en place une stratégie de communication efficace pour installer, développer et pérenniser son entreprise

► Objectifs pédagogiques

- **A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :**

- Comprendre le rôle et les enjeux de l'inbound marketing
- Savoir définir et mettre en place une stratégie de communication
- Définir et penser les bons outils de communication nécessaires au développement de son entreprise

Public : Créateur d'entreprise, solo entrepreneur (commerçants, artisans, professions libérales...), dirigeant de TPE, responsable de communication. Toute personne amenée à prendre en charge la communication d'une entreprise.

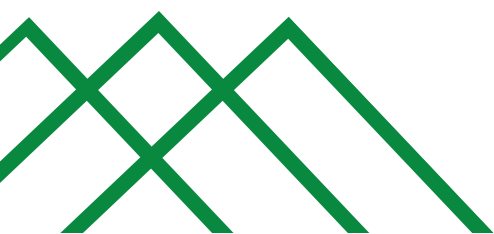
Taille du groupe : de 3 à 8 personnes

Prérequis : Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation

► Modalités de déroulement

En présentiel, en intra et en inter	7 heures	Moselle Meurthe-et-Moselle	Sur devis pour le format intra-entreprise * 350 € net/pers en inter-entreprise
--	----------	-------------------------------	---

*Prise en charge possible Opco



► Modalités et moyens

Modalité d'inscription

Sur www.arkadia-formation.fr : validation de l'inscription après validation des prérequis et du profil de l'apprenant (par téléphone ou mail) puis signature du devis et de la convention de formation.

Modalités d'évaluation

- Retour sur les attentes et objectifs
- Evaluation sous forme de quiz
- Evaluation de la satisfaction à chaud, évaluation à froid sur le transfert des acquis (questionnaire en ligne)

Moyens de suivi administratif

- Convention de formation
- Programme détaillé
- Emargement
- Certificat de réalisation

Matériel nécessaire

- Votre expérience
- Votre bonne humeur

Personnes chargées du suivi pédagogique et technique

Le formateur (par mail ou téléphone), la conseillère pédagogique (par mail ou téléphone).

Moyens utilisés pour la formation

- Ressources digitales envoyées par mail à l'apprenant
- La formation aura lieu dans une salle équipée wifi et vidéoprojecteur
- La boîte de bonbons du formateur

► Modalités et moyens

Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques
- Exercices pratiques
- Ateliers
- Présentation d'exemples concrets

Modalités de suivi et d'assistance

Session en présentiel, puis par mail
si besoin

Téléphone : 03 72 39 62 42

Nature des travaux demandés aux stagiaires

Ateliers pratiques collaboratifs

Quiz d'évaluation final

Conditions de réponse

Réponse en 48h maximum (hors week-end et jours fériés)

► Formateur

Qui suis-je ?

Je suis un fils de pub, passionné de création et co-dirigeant d'une agence de communication à Nancy. J'ai notamment travaillé à Paris et au Luxembourg sur des marques telles que Quick, Mercedes-Benz ou encore Société Générale. Entraîneur de basket, intervenant à l'Université de Lorraine, j'aime transmettre et partager mes expériences avec les autres. C'est donc naturellement que je me suis orienté vers la formation, afin de mettre mes 20 ans d'expérience au service des entrepreneurs.

Mon accompagnement ?

"Il n'y a aucun mal à avouer son ignorance bien au contraire !" Je conçois la formation comme une rencontre, un partage. J'ai autant à apprendre de mes participants qu'ils ont à en apprendre de moi. Pour moi, c'est à la formation de s'adapter à vous, et non le contraire. C'est pour cela que mes formations sont le plus souvent individuelles : elles répondent ainsi parfaitement à vos attentes et objectifs.



Programme détaillé

“DEFINIR SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION”

- **Parlons de vous : comprendre votre contexte**

- Comprendre votre activité
- Définir vos objectifs de communication
- Connaître votre histoire, vos valeurs, votre image, etc.
- Analyser votre contexte : marché, concurrence

- **Parlons de vos clients : identifier et comprendre votre cible**

- Analyser votre cible actuelle
- Élaboration de votre buyer persona

- **Définir votre image de marque**

- Trouver votre positionnement : votre pourquoi
- Faire de votre marque une lovemark
- Élaborer vos messages à communiquer (naming, base line, claim)

- **Établir votre stratégie de communication**

- Choisir vos moyens de communication
- Penser et planifier vos actions
- Établir votre budget