

# Concevoir et mettre en œuvre son plan de communication



RÉFÉRENTE PÉDAGOGIQUE

**Catherine SUDRES**

Formatrice-consultante

Fondatrice et dirigeante  
du cabinet CAUSES & CO.

Pendant près de 15 ans, Catherine SUDRES a piloté de grands programmes de relations clients au sein du groupe Young et Rubicam et a pu mesurer l'impact de la marque sur les stratégies de recrutement et de fidélisation.

Elle rejoint l'agence MAXYMA, Agence conseil en marketing relationnel et communication sociale, en 2004 dont elle assurera ensuite la direction générale. Elle crée, en 2012, sa propre structure de conseil CAUSES & CO afin de proposer aux associations un modèle de collaboration expert, souple et économe.

## INFORMATIONS PRATIQUES

### PARTICIPANTS

Administrateurs, Directeurs généraux et d'établissements, référents communication, tout acteur en charge ou participant à la communication de son association.

Groupe de 8 à 12 personnes

Prérequis : aucun

### DATES DES SESSIONS

■ Durée 2 jours ■ Horaires : 9h30-17h30 / 9h00-17h00

■ Mercredi 6 et jeudi 7 mars 2019

### LIEUX DES SESSIONS

■ Créteil (locaux FACE PEP)

■ En vos locaux pour vos équipes nous contacter

**TARIF** 480 € / personne

## LES +

Un nouveau partenariat national FACE PEP – AFF (Association Française des Fundraisers) qui permet des formations à des tarifs préférentiels pour les acteurs du réseau PEP et l'ouverture aux rendez-vous proposés par l'AFF :

- 4 Rdv annuels réunissant des professionnels du fundraising ainsi que des petits-déjeuners thématiques
- Une formation certifiante AFF-ESSEC
- Pour tout renseignement contactez FACE PEP

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Les participants seront en capacité de :

- Connaître les bases d'une stratégie de communication efficace.
- Bâtir sa stratégie de communication.
- Savoir comment la mettre en œuvre : savoir quels sont les outils les plus adaptés en fonction des objectifs visés.

## PROGRAMME

**Pourquoi communiquer ?**

○ **Les fondements d'une stratégie de communication :**

- définir ses objectifs de communication, le positionnement de l'organisation, de son combat et /ou de ses missions,
- identifier les publics : cartographie et évaluation des objectifs par cibles, identifier vos ressources,
- définir le budget.

○ **Structurer votre discours de communication :**

- écrire votre argumentaire.

○ **Le plan de communication :**

- structuration par cible en fonction des priorités identifiées,
- choix des moyens et médias - planification.

○ **Construire le plan éditorial de son association**

○ **Les outils incontournables (off et on line)**

○ **La communication vers les médias et l'événementiel**

○ **La communication liée à la collecte de fonds**

○ **Méthodes et outils pédagogiques**

- Une approche stratégique et opérationnelle.
- Un support powerpoint sera remis.
- Échanges à partir des projets des participants.

○ **Évaluation**

- En complément du bilan oral réalisé par le formateur en cours de formation, un questionnaire de satisfaction sera remis aux participants en fin de formation.
- Dans les 6 mois suivants, un questionnaire à froid sera envoyé au commanditaire et aux stagiaires pour évaluer l'impact de la formation sur les pratiques professionnelles.