

Bâtir et mettre en œuvre sa stratégie de communication

NOUVEAU !



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 stagiaires

Prérequis : aucun

DATES DES SESSIONS

- Durée 2 jours ■ Horaires : 9h30-17h30 / 9h-17h
- Jeudi 19 et vendredi 20 octobre 2017
- Jeudi 18 et vendredi 19 janvier 2018

LIEUX DES SESSIONS

- En vos locaux (nous contacter) ■ Créteil (locaux FACE PEP)

TARIF 480 € / personne / 2 jours

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

- 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

- Un questionnaire de satisfaction sera remis aux participants en fin de stage.
- Un questionnaire sera envoyé dans l'année aux commanditaires de la formation et aux stagiaires afin d'évaluer l'impact de cette formation.