

Programme de formation

Communication responsable - de la stratégie à l'opérationnel

DURÉE

2 jours (14h) le 7 et le 8 octobre 2024.

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION

Profil du stagiaire

- Acteur.trices du tourisme, de l'hôtellerie, de la restauration, du loisir et de la culture, du voyage, et territoires (indépendants, TPE, PME, associations)

Pré-requis

- Témoigner d'une réelle motivation à construire une stratégie de communication responsable à l'issue de la formation et disposer du temps ou des ressources humaines nécessaires à l'application.

Accessibilité

- Modalité et délai d'accès : 10 jours minimum avant la formation pour la demande de prise en charge
- Adaptation possible en fonction du type de handicap (nous prévenir au moins 15 j avant le lancement)

OBJECTIF PÉDAGOGIQUES

La formation vise à :

- Comprendre les enjeux du secteur et de la fonction communication à travers le prisme du développement durable et de la responsabilité des organisations
- Acquérir des notions stratégiques clés et des repères pour aiguiller ses choix et usages professionnels
- Construire des stratégies et campagnes de communication responsables et efficaces

CADRE RÉGLEMENTAIRE

- La loi « Pour la liberté de choisir son avenir professionnel », du 5 septembre 2018 (JO du 06/09/2018)
- Décret no 2019-564 du 6 juin 2019 relatif à la qualité des actions de la formation professionnelle (JO du 08/06/2019)
- Décret no 2019-565 du 6 juin 2019 relatif au référentiel national sur la qualité des actions concourant au développement des compétences (JO du 08/06/2019)
- Arrêté du 6 juin 2019 relatif aux modalités d'audit associées au référentiel national mentionné à l'article D. 6316-1-1 du code du travail (JO du 08/06/2019)

PROGRESSION PÉDAGOGIQUE

Questionnaire initial en amont du début de la formation en lien avec l'analyse des besoins et positionnement.

<u>Déroulé de la formation avec horaires</u>	
JOUR 1	
Thématiques abordées	Horaires*
<p><u>Chapitre 1 : Les fondations de la stratégie de marque</u></p> <p>Module 1 : Les fondamentaux de la communication en survol</p> <ul style="list-style-type: none">• Exercice 1 : Définir les cibles• Exercice 2 : Définir les objectifs <p>Module 2 : Les composantes de la plateforme de marque</p> <ul style="list-style-type: none">• Exercice 3 : Réfléchir à la plateforme de marque	9h00-10h40
<i>Pause</i>	10h40-10h50

<p>Module 3 : La charte graphique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 4 : Dresser l'état des lieux de la charte graphique <p>Module 4 : La charte éditoriale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 5 : Définir le style rédactionnel <p>Focus 1 : L'inclusivité et l'accessibilité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 6 : Envisager l'écriture inclusive 	10h50-12h30
<i>Pause déjeuner</i>	12h30-14h00
<p><u>Chapitre 2 : La construction du message responsable</u></p> <p>Module 5 : L'élaboration du message</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 7 : Définir les thématiques de marque • Exercice 8 : Élaborer le message de marque <p>Module 6 : Les choix de communication responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 9 : Faire des choix de communication responsable 	14h00-15h40
<i>Pause</i>	15h40-15h50
<p>Module 7 : Le storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 10 : Écrire le storytelling de marque • Exercice 11 : Créer la banque d'images <p>Focus 2 : Les labels et les certifications</p>	15h50-17h30
<i>Q&A et QCM fin de journée</i>	17h30-17h50

JOUR 2	
Thématiques abordées	Horaires
<p><u>Chapitre 3 : La diffusion responsable du message</u></p> <p>Module 8 : Les outils de communication traditionnels</p> <p>Module 9 : Les outils digitaux personnels</p> <p>Module 10 : Les outils digitaux externes</p>	9h00-10h40
<i>Pause</i>	10h40-10h50
<p>Module 11 : L'influence marketing</p> <p>Module 12 : La stratégie multicanale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 12 : Définir les canaux de diffusion <p>Focus 3 : L'éco-socio-conception</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 13 : Faire un diagnostic d'éco-socio-conception 	10h50-12h30
<i>Pause déjeuner</i>	12h30-14h00
<p><u>Chapitre 4 : L'application de la stratégie : organisation et outils</u></p> <p>Module 13 : Les outils, process et méthodologies de gestion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 14 : Déterminer un budget • Exercice 15 : Mettre en place des outils organisationnels <p>Module 14 : L'analyse de la stratégie et les indicateurs clés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 16 : Définir les indicateurs clés pour l'analyse de la stratégie 	14h00-15h40

<i>Pause</i>	15h40-15h50
Module 15 : Le numérique responsable <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 17 : Faire un diagnostic de numérique responsable Focus 4 : Collaborer et apprendre à déléguer <ul style="list-style-type: none"> • Exercice 18 : Internaliser ou externaliser la communication ? 	15h50-17h30
<i>QCM évaluation finale</i> <i>Questionnaire de satisfaction</i>	17h30-17h50

*La durée de chaque thème est donnée à titre indicatif et pourra être modifiée en fonction des besoins exprimés en amont par le groupe/donneur d'ordre.

ORGANISATION

Formatrice

Marelune Yvinec formatrice en communication responsable et tourisme durable

Claire Marine Alemany formatrice en stratégie de communication responsable

Contact organisme de formation

- Alexandre Alary Tél : 06 52 29 55 54 Mail : formation@dgtformations.fr

Assistance technique (sur les outils)

- Alexandre Alary Tél : 06 52 29 55 54 Mail : formation@dgtformations.fr

Assistance pédagogique

- Alexandre Alary Tél : 06 52 29 55 54 Mail : formation@dgtformations.fr

Nombre de stagiaires

Minimum 6 participants maximum 12 participants.

Moyens pédagogiques et techniques

- Le groupe sera sollicité tout au long du parcours pour des mises en application et mises en œuvre de cas pratiques.
- Le parcours de formation sera rythmé par un découpage et une alternance des ressources et des activités.
- Supports de présentation interactifs, livret d'application, fiche ressources
- outils, diagnostic
- Ordinateur individuel ou tablette ayant un accès internet

Dispositif de suivi et d'évaluation des résultats de la formation

- QCM sur l'acquisition des notions essentielles à chaque fin de module
- Évaluation finale avec un minimum de 50% de bonnes réponses.
- Questionnaire de satisfaction

Sanction finale

- Certification de réalisation