



✓ Objectifs

- Être capable d'identifier les besoins en communication de l'entreprise et choisir les bons interlocuteurs

✓ Participants

- Pour les chefs de produits, chefs de marchés, chefs de marques, responsables commerciaux (suivant l'organisation interne de la société) pour toute personne amenée à gérer la communication externe de l'entreprise et choisir des prestataires extérieurs

✓ Méthodologie

- Un parcours pédagogique basé sur les principes de la communication externe d'entreprise et sur leurs applications concrètes dans le cadre des activités des stagiaires

Programme

1 à 2 Jours

Familiarisation avec les grands principes de la communication

- Matrice de Shannon
- Modèle AIDA
- Notion d'image
- Notion de notoriété

Les différents types de communication

- Institutionnelle
- Marque
- Produit

Les moyens de communication media : à quels objectifs répondent-ils ?

- TV
- Presse
- Radio
- Affichage

Les moyens de communication opérationnels, dits hors media : quelles sont ces techniques et à quels objectifs répondent-elles ?

- Le marketing direct
- La promotion des ventes
- Les outils d'aide à la vente
- Sponsoring, mécénat
- Relations publiques, relation presse
- Internet
- Réseau, bouche-à-oreille, buzz