

Optimiser la communication de son association

Public Concerné

Professionnels assurant des missions de communication ou de gestion de projets dans une association

Objectifs

- Améliorer les pratiques de communication interne et externe de sa structure
- Donner de la visibilité à ses activités et se démarquer
- Etablir une stratégie ou un plan de communication

Modalités pédagogiques

Nos méthodes d'animation visent à rendre les stagiaires acteurs et actrices de la formation : notre approche pédagogique est alimentée par les situations professionnelles vécues au quotidien.

Les mises en situations, les études de cas et constructions de réponses collectives et la formalisation d'outils transférables comptent parmi nos techniques préférentielles. En fonction des objectifs de la formation et de la composition du groupe, d'autres techniques peuvent être choisies : simulations et études de situations, rencontres pluri-professionnelles, groupes de mutualisation, analyse d'outils existants.

Nous veillons à alterner les apports théoriques, méthodologiques et/ou règlementaires et à les présenter en lien avec les pratiques de travail quotidiennes. L'alternance des modalités de participation (individuelles, en sous-groupe, en grand groupe) est employée pour

Modalités d'évaluation

Auto-évaluation de l'atteinte des objectifs pédagogiques par les stagiaires

Durée

14.00 Heures

2 Jours

Tarif

Individuel : 600 euros TTC

Groupe : nous consulter

Pré Requis

Aucun

Taux de satisfaction

90% de nos stagiaires satisfaits
de nos formations en 2020

Contenu pédagogique

Vie associative et communication :

- Communiquer : créer des liens, divertir, informer, vendre, mobiliser, défendre, former
- Temps fort de communication
- Communications interpersonnelle, organisationnelle, institutionnelle, de masse
- Communication interne : un préalable à la communication externe
- Communication externe : la clé de réussite d'un projet • Charte graphique et identité visuelle

Stratégie de communication d'une structure :

- Etat des lieux des pratiques et besoins
- Ressources humaines et financières mobilisables
- Postes dédiés et prestataires
- Concertation, décision, mise en oeuvre
- Cohérence avec les valeurs de la structure

Cadre juridique :

- Vie privée, confidentialité, droit à l'image, droits d'auteur
- Logos et références
- Publicité et prospection

Supports et canaux de communication :

- Supports presse : les imprimés Supports web : site, Blog, Wiki, Newsletter, Facebook, Twitter, Google, Youtube, flux RSS
- Canaux : institutionnel, médiatique, réseaux personnels, commercial
- Spécificités, atouts et contraintes

Idée Focus (sur demande, pour une formation organisée dans votre structure) -

Campagne de communication autour d'un projet :

- Cibles prioritaires et secondaires
- Objectifs réalistes et précis
- Calendrier d'élaboration, de rédaction et de diffusion
- Choix des supports en fonction du message et des cibles
- Environnement et usages des publics cibles
- Co-production, co-diffusion, participation du public cible
- Formulation des messages : vocabulaire, tonalité, lisibilité
- Mesure de l'efficacité d'une campagne



Contactez-nous !

Cécile LANDRY
Conseillère formation :

Mail : clandry@passages-formation.fr

Modalités et délai d'accès

Pour vous inscrire, vous avez jusqu'à deux semaines avant l'entrée en formation pour nous adresser votre candidature. L'inscription se fait directement depuis notre site internet ou en contactant **Cécile LANDRY** au **01 48 05 75 75** ou à **accueil@passages-formation.fr**

Modalités d'accès aux personnes en situation de handicap à la formation

Soucieux de l'accès à tous-tes à nos formations, qu'elles qu'en soient les modalités, nous vous invitons à vous rapprocher de nous afin de trouver ensemble la solution la plus adaptée à vos besoins.