Concevoir et déployer le plan de communication

Commerce - Achats - Vente

12/11/2026

Public et prérequis

Responsable communication interne ou externe
Chargé de communication
Responsable marketing
Chef de projet communication
Toute personne amenée à élaborer, piloter ou mettre en oeuvre un plan de communcation

Les objectifs

Comprendre les enjeux de la communication
Réaliser un audit
Définir une stratégie
Construire le plan de communication opérationnel
Déployer et piloter les actions de communication
Mesurer la performance et améliorer sa communication

Les méthodes pédagogiques et d'encadrement

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE DU PARCOURS :
Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et de mises en situation et jeux de rôles
Étude de cas, construction progressive d'un plan de communication

Exercices d'application sur le projet des participants.
Échanges d'expériences et bonnes pratiques.
Mise à disposition d'outils et documents types

Une période en entreprise permettra d'avoir l'avis de l'entreprise (tuteur, responsable hiérarchique ou fonctionnel…) en regard des compétences professionnelles du référentiel de certification sur les éléments mis en œuvre par le candidat lors de la réalisation de projets ou activités professionnels.

Ce parcours s'étale sur 9 mois, permettant d'appliquer sur le terrain les connaissances acquises et de mettre en œuvre les méthodes et outils.

ENCADREMENT PÉDAGOGIQUE :
Il est assuré par un formateur référent.
La formation est animée par des formateurs experts, validés par nos équipes pédagogiques et disposant de 5 à 10 années d'expérience dans leur domaine de compétences.

Validation et certification

Attestation de formation

Outils pédagogiques

Supports théoriques et réglementaires
Multiples cas pratiques, mises en situation et jeux de rôles à partir d'exercices

RÉFÉRENCE
COAV0054

DURÉE DE LA FORMATION
2 jours / 14 heures

ACCUEIL PSH
Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

Les + Promeo

• 60 ans d'existence
• Une communauté de 3 100 alternautes
• 24 000 stagiaires formés par an
• 3 500 entreprises qui nous font confiance

• Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
• L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
• La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
• Une pédagogie active
• Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

concrets
Outils et documents types

Contenu de la formation

Comprendre les enjeux de la communication

Identifier et intégrer le rôle de la communication dans la stratégie de l'organisation
Distinguer communication interne, externe, institutionnel et digitale
Comprendre les évolutions des métiers de la communication
Intégrer les principes de la communication responsable
Identifier les étapes clés de la construction d'un plan de communication
Atelier : Analyse de différents plans de communication

Réaliser un audit

Analyser les actions de communication existante
Identifier les forces, les faiblesses, les opportunités et les risques (SWOT)
Evaluer l'image, la notoriété et la perception de l'organisation
Identifier les attentes des parties prenantes
Réaliser une veille sur son environnement et ses concurrents
Etude de cas : Construction d'un diagnostic de communication

Définir une stratégie

Identifier et segmenter les publics cibles
Construire un persona
Définir des objectifs de communication SMART
Elaborer les messages clés
Aligner sa stratégie de communication avec les objecitfs et l'identité de l'organisation
Utiliser l'intelligence artificielle pour enrichir le ciblage, les messages et les contenus
Travaux pratiques : Elaboration de la stratégie de communication d'une organisation

Construire le plan de communication opérationnel

Sélectionner les actions et les supports aux objectifs
Elaborer un mix communication cohérent (communication interne, relations presse, digital, évènementiel, réseaux sociaux...)
Définir les ressources humaines, matérielles et financières
Structurer un calendrier d'actions
Construire un budget prévisionnel
Atelier : Construction du plan de communication

Déployer et piloter les actions de communication

Organiser la mise en oeuvre des actions
Répartir les responsabilités
Présenter et défendre son plan de communication
Animer les parties prenantes du projet
Adapter le plan en fonction des contraintes et imprévus
Mise en situation : Présentation et argumentation d'un plan de communication

Mesurer la performance et améliorer sa communication

Définir les indicateurs clés de performance (KPI)
Construire un tableau de bord de suivi
Mesurer l'efficacité des actions de communication
Analyser les résultats et ajsuter les actions
Mettre en place une démarche d'amélioration continue
Atelier de synthèse : Elaboration d'un plan d'actions individuel et d'un tableau de bord de pilotage

Modalité d’évaluation

Questionnaire de positionnement en début de formation
Exercices pratiques et études de cas tout au long de la formation
Evaluation des acquis à travers la construction d'un mini plan de développement e-commerce