



Formation Assistant(e) communication : le métier

Durée : 14 heures
relation client

Certification : BTS négociation et digitalisation de la

Prix : 1650

Référence : 2101171

Catégorie	RH
Sous-catégorie	Assistanat de Direction
Pour qui ?	Assistants de communication, toute personne impliquée dans la mise en œuvre des actions de communication interne ou externe
Prérequis	Une première expérience des actions de communication est souhaitable
Objectifs pédagogiques	<p>Cerner les enjeux de la communication d'entreprise LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION D'ENTREPRISE</p> <p>Identifier les missions et le rôle de l'assistant(e) communication</p> <p>Disposer de méthode et outils pour mettre en œuvre et suivre les actions</p> <p>Intégrer les spécificités de la communication digitale</p> <p>Participer à la fluidité des relations entre les différents acteurs</p> <p>Relation client à distance et digitalisation (bloc 2)</p>
Contenu de la formation	<p>COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION D'ENTREPRISE</p> <p>Valoriser l'image et la réputation de l'entreprise</p> <p>Adapter la forme de communication aux champs d'intervention</p> <p>Intégrer les nouvelles approches : digital, contenu de marque, stakeholders, RSE</p> <p>Travaux pratiques : analyse de marque entreprise et de marque employeur</p> <p>ASSISTER EFFICACEMENT LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION</p> <p>Positionner sa mission d'assistant(e) comme pivot dans l'organisation</p> <p>S'organiser pour gérer ses interlocuteurs internes et externes</p> <p>Contribuer à la cohésion et à la fluidité des actions de l'équipe</p> <p>Travaux pratiques : identifier ses interlocuteurs externes et internes</p>

	<p>CONTRIBUER À LA MISE OEUVRE DES ACTIVITÉS DE COMMUNICATION Planifier et organiser un événement Travailler avec les journalistes : dossier presse, conférence, point presse. Utiliser les outils du digital en communication interne et externe Comprendre et utiliser les spécificités des différents médias sociaux Maîtriser les techniques d'écriture informative et Web Assurer l'identité visuelle de l'entreprise : la charte graphique Exercices : rédiger de textes adaptés aux supports de communication digitaux, réaliser les rétro-plannings, fil conducteur et invitation pour un événement</p> <p>PARTICIPER À L'ELABORATION DU PLAN DE COMMUNICATION Maîtriser les outils digitaux de veille et diagnostic Identifier l'objectif de l'action et sa cible Comprendre l'élaboration du message et le choix des moyens Suivre le déroulé du plan de communication Synthétiser le plan d'action Travaux pratiques : réaliser un questionnaire en ligne (logiciel Survey Monkey) pour analyser le lectorat d'un support interne, réaliser un tableau de synthèse des actions de communication</p> <p>ASSURER LE SUIVI DES ACTIONS DE COMMUNICATION Travailler avec des prestataires externes : sélection et collaboration Planifier et suivre l'avancement des plans actions Identifier des critères d'évaluation pertinents pour chaque activité de communications Réaliser un bilan d'action de communication Travaux pratiques : organiser un appel d'offres pour la réalisation d'un projet, construire un tableau de bord de pilotage</p>
<p>Suite de parcours possible</p>	<p>Communication d'entreprise Assistant(e) communication Assistant(e) communication</p>

Éligible au CPF

Oui

FINANCEMENTS

OPCO
OPCA
FAF
Pôle Emploi
La Région



CONTACTS



IFFP - Tour Belvédère SPACES
1 Cours Valmy 92 800 Puteaux



01 80 88 44 55



administration@iffp.pro