

2J

## L'organisation, la promotion, les nouveaux enjeux & les perspectives d'évolution de la fonction communication

### Pilotez avec efficacité et cohérence la fonction communication...

Les activités de communication n'échappent pas aux règles de l'entreprise : elles doivent être gérées avec efficacité. La fonction communication, qu'elle soit assurée par une personne ou une équipe doit être parfaitement organisée et son fonctionnement adapté aux exigences. Ce stage a pour ambition de vous aider à mettre en place la bonne organisation .

#### 1J < Nouveaux enjeux et nouvelles pratiques : management de l'information & de la connaissance dans l'entreprise >

- ▶ Les nouveaux statuts de l'information et de la communication.
- ▶ Comment organiser sa recherche d'information stratégique en ligne ?
- ▶ Comment organiser son benchmarking ?
- ▶ Comment prioriser et organiser ses actions à partir d'une commande globale ?
- ▶ Comment organiser l'échange et les relations avec son supérieur à partir des projets initiés ?
- ▶ Comment partir d'une demande générale pour la traduire en brief de communication en interne et en externe ?
- ▶ Comment piloter ses actions de communication en tenant compte des autres services, en associant le plus en amont les partenaires ?
- ▶ Comment partir d'une commande pour problématiser les enjeux dans le domaine de la communication ?

Akim CHEKHAB  
Consultant en management de la communication.

#### 1J < L'organisation et la promotion de la fonction communication >

- ▶ Historique de la fonction communication et environnement (médias, nouvelles technologies...).
- ▶ Quel rattachement pour la fonction communication ?
- ▶ Les missions et l'organisation de la direction de la communication (l'identité, l'information, l'image, le rôle du Directeur de la communication, l'organigramme, les services...).
- ▶ Le management de la communication (3 dimensions : cohérence, durée, maîtrise des moyens).
- ▶ Les outils de management (stratégie, schéma directeur, plan de communication...).
- ▶ L'animation et les méthodes (organiser, animer, coordonner, évaluer...).
- ▶ La promotion de la communication (la valorisation, les moments...).

Pierre-Antoine RAGUENEAU  
Directeur de la communication du  
Conseil Général du Loiret.

### < Les objectifs >

- ▶ Identifier les modes d'organisation de la fonction communication et les principes de gestion, d'administration et d'animation de cette fonction.
- ▶ Prendre conscience de la nécessité de "vendre" l'action de communication aux différents acteurs de l'entreprise (dirigeants, encadrement, salariés).
- ▶ Acquérir les méthodes et techniques pour valoriser l'action communication afin de permettre sa mise en œuvre dans les meilleures conditions.
- ▶ Mener une réflexion sur la mission des personnes en charge de la communication.