

# Formation : Les clés de la communication d'entreprise

Formation pratique - 2j - 14h00 - Réf. CLO  
Prix : 1310 € H.T.

★★★★☆ 4,8 / 5

La communication d'entreprise permet de diffuser les informations stratégiques aux collaborateurs et aux acteurs externes. Ce cours vous apprendra quels supports et actions de communication choisir en fonction de vos objectifs. Vous aborderez également la communication électronique et l'utilisation des réseaux sociaux.

## Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Connaître les principes et objectifs de la fonction communication
- ✓ Déterminer les étapes d'un plan de communication
- ✓ Identifier la stratégie éditoriale d'un site Internet
- ✓ Acquérir des notions de base sur les réseaux sociaux
- ✓ Comprendre les règles de rédaction d'un message clair et impactant

## Public concerné

Collaborateurs déjà en poste ou évoluant vers un poste de responsable d'un service communication, toute personne souhaitant développer la notoriété de leurs services ou de leurs entreprises.

## Prérequis

Aucune connaissance particulière.

## Méthodes et moyens pédagogiques

### Travaux pratiques

Echanges et réflexions collectives, apports théoriques, études de cas et exercices pratiques.

## Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

### PARTICIPANTS

Collaborateurs déjà en poste ou évoluant vers un poste de responsable d'un service communication, toute personne souhaitant développer la notoriété de leurs services ou de leurs entreprises.

### PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Programme de la formation

### 1 Cerner les missions et enjeux de la fonction communication

- Définir la communication d'entreprise.
- Répertorier les objectifs et les métiers de la communication.
- Délimiter le périmètre d'intervention de la fonction communication.
- Déterminer les cibles internes et externes.

#### Échanges

Réflexion collective sur les objectifs de la fonction communication.  
Cartographie des clients internes et externes.

### 2 Connaître les différents types de communication et leurs outils

- Distinguer différents types de communication : relation presse, relations publiques, communication de crise...
- Appréhender les différentes actions de communication et leurs objectifs respectifs.
- Connaître les outils et supports de la communication orale, écrite, audiovisuelle, électronique...

#### Exercice

Quiz sur les types et outils de communication.

### 3 Cerner les étapes d'un plan de communication

- Se positionner par rapport à la stratégie de l'entreprise et définir des objectifs de communication.
- Dresser un diagnostic de la communication existante.
- Répertorier les cibles et les outils de sa communication.
- Faire un planning : étapes indispensables, points de vigilance...

#### Travaux pratiques

Réaliser une ébauche d'un plan de communication.

### 4 Animer un site Web ou un intranet

- Définir une politique éditoriale.
- Organiser l'animation des sites.
- Gérer le contenu et les informations à diffuser.

#### Etude de cas

Etudes de différentes politiques et chartes éditoriales.

### 5 Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie de communication

- Connaître les principales caractéristiques du Web 2.0.
- Générer des pics de fréquentation et atteindre ses cibles.
- Découvrir des outils d'aide à la gestion des médias sociaux.

#### Etude de cas

Etude de bonnes pratiques de communication sur les réseaux sociaux.

#### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

#### MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

#### ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse [psh-accueil@orsys.fr](mailto:psh-accueil@orsys.fr).

## 6 Connaître les principes de rédaction des messages essentiels

- Définir les objectifs et le public-cible de son message.
- Connaître les règles de base pour rendre ses messages percutants.
- Evaluer la pertinence, la clarté et l'impact de ses messages.

### Travaux pratiques

Rédiger des messages essentiels pour alimenter une newsletter, un journal ou un site Web.

## Dates et lieux

### CLASSE À DISTANCE

2026 : 21 mai, 21 mai, 8 oct., 8 oct., 10 déc., 10 déc.

### PARIS LA DÉFENSE

2026 : 21 mai, 8 oct., 10 déc.

### LUXEMBOURG

2026 : 21 mai, 8 oct.