

# TALENTS & FORMATIONS

ORGANISME DE FORMATION AGRÉÉ

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION : DE LA VISION A L'ACTION

## **STRATEGIE DE COMMUNICATION : de la vision à l'action**

### **MARKETING OPERATIONNEL**

#### **CONTEXTE GÉNÉRAL :**

Suite logique de « Structurer et améliorer sa stratégie de communication », cette formation permet d'approfondir les bases méthodologiques par des cas pratiques, études concurrentielles et exercices opérationnels. Les participants repartent avec des cas pratiques, études concurrentielles et exercices directement opérationnels. L'objectif est de transformer la stratégie en actions concrètes, avec un plan éditorial immédiatement déployable.

#### **Compétences**

**#StratégieDeCommunication #CharteÉditoriale #PlanÉditorial #CréationDeContenus**

#### **PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉ REQUIS :**

Équipe de direction souhaitant coordonner les actions de communication externes  
Responsable marketing / communication en prise de fonction.

Prérequis : avoir suivi la formation « Structurer et améliorer sa stratégie de communication »  
(ou disposer d'une première expérience structurée en communication stratégique)

#### **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :**

- **Analyser** leur audience et la concurrence.
- **Définir** une stratégie de communication claire et ciblée.
- **Organiser** une charte et un plan éditorial efficaces.
- **Créer & déployer** des contenus opérationnels adaptés à leurs personas.

**DURÉE** : 2 jours (14 heures) – Formation intra-entreprise – Maximum de 4 participants pour les formations de groupe.

#### **MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT :**

La formation repose sur une pédagogie active et interactive : 30% d'apports méthodologiques et 70% de mise en pratique. Les participants alternent entre modules courts et ateliers appliqués (concurrence, persona buyer, contenus). L'encadrement personnalisé par un formateur expert est renforcé par des supports pratiques (canevas, trames, modèles de plan éditorial).

#### **EVALUATION :**

Une évaluation de compétences acquises est réalisée en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, questionnaire en ligne.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne.

## CONTENU :

### ⇒ Matinée : (3h30)

- Module 1 - Analyse & Positionnement

Introduction de la journée

Présentation des objectifs : travailler sur la concurrence et les personas

Constitution des sous-groupes de travail

- Session pratique 1 : Étude de la concurrence

Choix de 2 à 3 concurrents directs par groupe

Analyse de leur communication : canaux, fréquence, formats, messages clés

Identification des forces, faiblesses et opportunités

Restitution rapide (5 min par groupe)

- Session pratique 2 : Persona buyer

Construction / affinement d'un persona clé

Analyse des besoins, freins et comportements médias

Croisement avec l'analyse concurrentielle pour trouver un angle différenciant

Mise en commun et feedback

### ⇒ Après-midi : (3h30)

- Session pratique 3 – Conception de contenus premium (lead magnet)

Choix du format : livre blanc, guide pratique ou checklist

Rédaction du plan détaillé (intro, chapitres, messages clés, valeur ajoutée pour le persona)

Définition du parcours de diffusion (comment attirer, capter, convertir)

- Session pratique 4 – Mise en pratique

Création d'un prototype de support (intro rédigée + plan structuré + exemple de visuel ou page type)

Élaboration d'un mini-calendrier de diffusion (réseaux sociaux, site, newsletter)

## **Restitution & clôture**

Chaque groupe présente son prototype en 5 min

Feedback croisé + recommandations opérationnelles

Clôture avec un plan d'action : comment déployer concrètement dès le lendemain

## FORMATEUR (TRICE) AGRÉÉ(E) :



**Céline Salomon**, ingénieure maître avec 25 années d'expérience en marketing. Elle a acquis son expertise au sein de centrales d'achat et en brand marketing international pour des enseignes renommées telles qu'Auchan, Groupement des Mousquetaires, Jardiland et SIA Home Fashion. Mentore et intervenante dans les programmes de préincubation du Développement Économique de Courbevoie pour Paris Ouest La Défense.

*“Agilisateur d'inspiration...”*

Pour toutes questions sur la formation, nous contacter :

[talentsetformations@gmail.com](mailto:talentsetformations@gmail.com)

+33 (0)6 98 45 35 99



GROUPE  
**SPARTE**

AGILITATEUR D'INSPIRATION

PARIS - VERSAILLES - ORLÉANS - NANTES

**STRATÉGIE**

**RESSOURCES HUMAINES**

**MARKETING**

**ADMINISTRATIF ET FINANCE**

**FORMATIONS**

**groupe-sparte.fr**



AUDITÉ PAR



La certification qualité a été délivrée à au titre d' ACTIONS DE FORMATION