

# TALENTS & FORMATIONS

ORGANISME DE FORMATION AGRÉÉ

STRUCTURER ET  
AMÉLIORER  
SA STRATÉGIE DE  
COMMUNICATION



## **MARKETING OPERATIONNEL**

### **CONTEXTE GÉNÉRAL :**

Le Marketing Opérationnel est essentiel pour structurer et optimiser toute stratégie de communication. En développant une compréhension approfondie des enjeux de la communication et en fournissant des outils pratiques ainsi que des techniques avancées, les participants seront mieux équipés pour maximiser l'impact de leurs efforts de communication. Cette approche renforce la visibilité et la notoriété de leur entreprise.

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

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

### **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :**

- Construire un plan de communication pertinent
- Acquérir une méthode et des outils opérationnels
- Concevoir des tableaux de bord et de suivi pour gagner du temps

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

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

Modules de 3 heures et 4 heures, sous forme de demi-journée alternant formation sur la compréhension de la méthode et interaction (40%) avec les participants, ainsi que des sessions de mise en pratique (60%) avec une adaptation sur mesure aux cas réels des participants.

### **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 :

### AVANT la formation

En amont de la première journée de formation, les participants devront préparer un état des lieux de leur charte graphique des actions de communications en cours. (Logo, Codes couleurs, mood board, template / canva ...)

⇒ Première journée :

#### Module méthode : Les bases de la stratégie de communication (3h)

1. Les enjeux et les objectifs de la communication
2. Bien comprendre et définir son audience cible
3. Élaborer une stratégie de communication efficace
4. Identifier des canaux de communication appropriés

#### Session pratique (4h)

- Diagnostic des éléments constituant la charte graphique (SWOT)
- Répertorier et segmenter de son audience actuelle
- Choisir de nouvelles cibles stratégiques

⇒ Deuxième journée :

#### Module méthode : La charte éditoriale et le workflow d'une stratégie de communication efficace (3h)

1. Comprendre la charte éditoriale
2. Processus de création de contenu et gestion éditoriale
3. Planification et organisation des activités de communication
4. Coordination des différentes étapes de production de contenu

#### Session pratique sur le plan de communication social média (4h)

- Déterminer le thème du mois
- Organiser son planning de communication.
- Mettre en place un système de suivi de production et de mesure des résultats.

## FORMATEUR (TRICE) AGRÉÉ(E) :



**Céline Salomon**, ingénieure maitre 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