Communication d'entreprise

Piloter un projet de communication de A à Z

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | CREA-3801219 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 750 € ht

Formations Digital & Multimédia › Les essentiels de la création digitale › Communication d'entreprise

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Analyser le contexte et définir ses cibles
- Fixer des objectifs et construire ses indicateurs de réussite
- Choisir ses outils et messages et formaliser son projet
- Piloter le projet avec les équipes et les prestataires

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Les participants travaillent sur leurs propres projets de communication au cours d'un atelier interactif et repartent avec leur projet formalisé.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Travailler dans la communication.

Connaître les fondamentaux de la communication.

Public concerné

Toute personne amenée à concevoir et piloter un projet de communication.

Chargés de communication.

Assistant(e)s de direction.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Cadrer son projet de communication

- Analyser le contexte, les enjeux et la demande initiale.
- Distinguer le besoin de communication de la solution envisagée.
- Identifier les publics prioritaires, leurs attentes et les évolutions souhaitées.
- Définir des objectifs précis, réalistes et mesurables.
- Formuler une idée directrice cohérente avec les objectifs et l'identité de l'organisation.
- Délimiter le périmètre, les livrables et les contraintes : délais, budget, ressources et validation.
- Choisir les indicateurs de réussite et prévoir les modalités d'évaluation dès le départ.

Exercice pratique : *transformer une demande générale en note de cadrage. Préciser les objectifs, les publics, les livrables et les critères de réussite, puis faire valider ses choix lors d'une simulation d'échange avec le commanditaire.*

Concevoir le dispositif et construire son plan d'action

- Choisir les canaux et les formats selon les publics, les objectifs et les moyens disponibles.
- Construire des messages clés et définir le ton, le style et les principes visuels.
- Articuler les actions pour assurer la cohérence du dispositif.
- Estimer les coûts externes et le temps de travail interne.
- Répartir les responsabilités entre commanditaire, pilote, contributeurs et prestataires.
- Établir un planning intégrant les dépendances, les validations et les marges de sécurité.
- Identifier les risques et prévoir des solutions de repli.
- Formaliser un plan d'action opérationnel.

Exercice pratique : *élaborer le plan d'action du projet cadré précédemment : messages, canaux, budget, responsabilités et calendrier. Adapter ce plan à une réduction de budget ou à un changement de délai.*

Briefer et sélectionner ses prestataires

- Rédiger un cahier des charges précisant le besoin, les livrables, les contraintes et les critères de sélection.
- Organiser une consultation adaptée à la nature et à l'ampleur du projet.
- Conduire un brief qui clarifie les attentes tout en laissant une marge de proposition.
- Comparer les offres selon leur pertinence, leur faisabilité, leur coût et la qualité de l'accompagnement.
- Clarifier les conditions de collaboration : étapes, corrections, fichiers livrés et droits d'utilisation.
- Formaliser les décisions et les engagements réciproques.

Exercice pratique : *rédiger un brief, puis analyser trois propositions de prestataires à l'aide d'une grille commune. Défendre sa recommandation et simuler un échange de clarification avec le prestataire retenu.*

Piloter la réalisation et évaluer les résultats

- Organiser le lancement du projet et les points de suivi.
- Suivre l'avancement, les dépenses et les décisions.
- Formuler des retours précis sur les livrables et coordonner les validations.
- Gérer les demandes de modification et mesurer leurs conséquences sur le budget et le calendrier.
- Contrôler la qualité et la conformité des éléments avant diffusion.
- Analyser les résultats au regard des objectifs initiaux.
- Distinguer bilan des actions, résultats obtenus et enseignements pour les prochains projets.

Exercice pratique : *traiter un aléa de production lors d'une réunion de suivi simulée. À partir de résultats fournis, rédiger un bilan synthétique et proposer trois améliorations.*

Fil rouge : *construire et piloter un projet de communication, de la demande initiale au bilan, à partir de son organisation ou d'un cas proposé.*

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation formative.

Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.