

STAGE

Mesurer l'efficacité de vos actions de communication

Optimiser son budget de communication

« Pour être performante votre communication doit être construite avec rigueur, pilotée avec précision, évaluée avec objectivité.

Cette formation vous propose de vous doter d'outils de pilotage efficaces et adaptés pour évaluer les actions et leurs retombées, concentrer vos actions sur le retour sur investissement et mener des actions correctives avec réactivité. »

Pour qui ?

- Responsables de communication externe, interne et institutionnelle.
- Chargés de la communication interne/externe.
- Responsables marketing et chefs de produit.

Objectifs

- Évaluer une action de communication.
- Concevoir des tableaux de bords opérationnels.
- Piloter et suivre ses actions de communication.
- Optimiser le retour sur investissement de ses actions.
- Défendre et optimiser ses budgets.

Programme

1_ Évaluer ses plans et actions de communication

- Choisir le bon outil d'évaluation.
- Construire des enquêtes et questionnaires exploitables.
- Le cas particulier des relations presse.

- Les ratios clés à utiliser pour chaque action : gérer, contrôler et légitimer ses dépenses.
- Réflexions : les ratios de retour et d'exploitabilité des questionnaires et enquêtes, faire en interne ou externaliser, accepter de ne pas tout évaluer...

2_ Concevoir son tableau de bord

- Mettre en place un suivi régulier des actions de communication : budget, retombées, écarts...
- Établir les ratios de productivité des actions de communication interne ou externe.
- Construire ses propres tableaux de bords : indicateurs de pilotage et indicateurs d'alerte.

3_ Exploiter efficacement les résultats de ses actions de communication

- Faire de son tableau de bord un outil d'anticipation :
 - analyser le pourquoi des écarts ;
 - engager des actions correctives : fréquence des actions, pertinence du message, du support...
- Capitaliser sur les résultats présents pour optimiser ses résultats futurs :
 - tirer les conclusions de ses résultats pour des actions futures toujours plus profitables ;
 - s'assurer de l'adéquation des résultats avec les objectifs stratégiques.
- Gérer et optimiser son budget :
 - définir un budget et le défendre : les pièges à éviter ;
 - optimiser son plan média : les ratios clés ;
 - optimiser son budget : exploiter les résultats

avec réactivité pour faire les bons arbitrages.

e-learning : Module d'autoformation à distance qui peut être suivi pendant ou à l'issue de votre formation.

- Évaluer la rentabilité d'un projet d'investissement

Les + de cette formation

- **Une formation concrète**, conçue et animée par un expert du domaine.
- **Une approche personnalisée** : les participants travaillent sur l'amélioration de leurs propres outils de suivi et bénéficient de conseils personnalisés.
- **Une formation opérationnelle** : un ensemble de tableaux de bords types, de ratios clés et d'indicateurs de résultats spécifiques aux actions de communication.

e-learning : Module d'autoformation à distance qui vous permet d'approfondir et de compléter certains thèmes étudiés

2 JOURS

Réf. 6876

46 €HT Paris
40 €HT Régions

1220 €HT

Paris

11 fév > 12 fév
1 avr > 2 avr
6 mai > 7 mai
21 juin > 22 juin
19 août > 20 août
27 sep > 28 sep

4 nov > 5 nov

13 déc > 14 déc

Lyon

18 mars > 19 mars
31 mai > 1 juin
30 sep > 1 oct
2 déc > 3 déc