

>>> Repenser sa communication

Le monde contemporain nécessite d'avoir, sinon une maîtrise, au moins une bonne connaissance des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication. A l'ère des appels à projets, appels à candidatures, et du développement du travail en réseau, les professionnels des ESMS se doivent de communiquer à l'interne et à l'externe, de manière singulière et moderne, sur ce qu'ils produisent, inventent et développent.

Communiquer c'est aussi se donner plus de chance de capter des financements contributifs nécessaires au développement de nouvelles réponses. Aussi, il est important d'ajuster stratégiquement et économiquement sa communication à l'attention des bénéficiaires, des familles, des professionnels et partenaires, ainsi qu'aux médias actuels, relais incontournables avec le grand public.

OBJECTIFS

- Identifier les enjeux d'une communication moderne adaptée aux spécificités du secteur médico-social
- Elaborer un plan de communication interne et externe congruent
- Distinguer les éléments facilitateurs pour le Dirigeant et les Cadres de direction

CONTENU

- Les principes de la communication
- Schéma de la communication / Niveaux de communication / Le ciblage / Le style
- La stratégie de communication : définition en 7 étapes
- Le mix de communication : Enjeux majeurs / se saisir des composants et nouveaux outils de communication
- Impact du numérique sur les transmissions d'informations, la formation et les collaborations
- Manager ses interactions professionnelles, la communication hiérarchique
- Penser marketing / Communication d'inspiration journalistique / Ecouter, Informer, Composer / L'écrit dans les établissements médico-sociaux
- Les réseaux sociaux, l'image et la notoriété
- La communication de crise, les règles d'or
- Utilisation inadéquate de la communication et les leviers facilitateurs

PRÉREQUIS

- Connaissance sommaire des outils bureautiques de type Office 365
- Expérience de base en matière de communications institutionnelles
- Sensibilité aux questions managériales

MÉTHODES, MOYENS PÉDAGOGIQUES, ÉVALUATION DES RÉSULTATS

- Approches expérientielles et théoriques / Mises en situation
- Questionnaire d'entrée en formation (*attentes*)
Questionnaire à chaud (*acquis et satisfaction*)
Questionnaire à froid entre 3 et 6 mois (*impact sur vos pratiques*)

PUBLIC CONCERNÉ

- Cadres de Direction et Chargé(e)s de communication

INFOS



Claude BASSET



1 jour / 6 heures



6 à 15 personnes



Nantes



Non contribuant au CREA I : 300€
Contribuant volontaire au CREA I : 230€



Nous consulter