FORMATION
MA COM' EN 2026
DONNER UN SENS A MA COM' : TROUVER LES BONS OUTILS POUR MON ACTIVITE

Com'Hérence – Marie Eber
marie@comherence.fr - 06 43 00 83 03

DUREE : 2 JOURS TARIF : 500 € HT*

Taux de satisfaction janvier 2025 : 100 %



OBJECTIFS

- Prioriser les axes de communication
- Mettre en accord ces axes avec ses valeurs d'entreprise
- Connaitre les actualités de la communication

DESCRIPTION DE LA FORMATION

Aujourd'hui, bien communiquer est l'une des clés du succès pour développer son entreprise. Site internet, réseaux sociaux ou médias traditionnels, où doit-on commencer et comment s'organiser pour communiquer de manière efficace et adaptée à son activité ?

Avec cette formation, vous apprendrez à développer votre entreprise grâce à une communication en cohésion avec vous et vos valeurs. Vous serez alors en mesure de créer des opportunités à votre image avec des partenaires qui vous ressemblent

Au travers de procédés interactifs, vous obtiendrez une analyse de votre cible afin de prioriser vos outils actuels et futurs pour vous permettre de développer votre activité et vos valeurs d'entreprise en 2026.

PREREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour cette formation

PUBLIC VISE

Entrepreneurs, porteurs de projet, indépendants ou toute personne souhaitant développer son image de marque afin de se démarquer de ses concurrents



LIVRABLES

Support et exercices de formation

*Tarification par participant hors financement

PROGRAMME

Session 1 : Les fondations – Savoir qui on est et à qui on parle

Partie 1 : Du sens à la stratégie (Le Why)

- Repartir des bases : qu'est-ce qu'une image de d'entreprise forte (expérience, émotions, valeur unique) ?
- La théorie du Cercle d'Or : Comprendre la mécanique Why/How/What pour structurer son discours
- Atelier introspection : Distinguer ses motivations personnelles de sa véritable mission d'entreprise (son moteur profond)
- Définir son « Why » : Identifier la cause que vous défendez ou ce qui vous indigne pour créer une ligne directrice inébranlable

Partie 2 : Connaitre sa cible pour mieux viser (Le Who)

- Psychologie du client : Comprendre ses besoins et la différence entre réalité et perception
- Segmentation : Définir précisément à qui on s'adresse (B2B/B2C, critères sociodémographiques)
- Atelier Persona : Créer le portrait-robot de votre client idéal (ses freins, ses objectifs, ses besoins technologiques)
- Alignement : Vérifier que votre offre répond aux attentes réelles de ce persona

Session 2 : La mise en Œuvre – Structurer et s'organiser

Partie 3 : Cadrer sa communication (Le How)

- Garantir la cohérence : Pourquoi vous avez besoins de règles pour être identifié immédiatement
- La Charte Graphique : Définir son identité visuelle (logo, couleurs, typographies) pour tous les supports
- La Charte Editoriale : Fixer son ton, son style et sa manière de s'adresser à l'audience
- Le Brand Book : Créer le document référence qui rassemble votre vision, votre mission et vos valeurs

Partie 4 : Passer à l'action sans se noyer (Le What)

- Le choix des armes : Sélectionner les bons canaux (Web, Print, Réseaux) adaptés à votre persona, pas à la « mode »
- Gestion du temps : La matrice d'Eisenhower pour distinguer l'urgent de l'important
- Priorisation : Apprendre à planifier pour ne plus subir sa communication au quotidien
- Plan de départ : Atelier « Et demain, je commence par quoi ? » pour repartir avec une première étape concrète

ACCESSIBILITE

Lieu accessible aux personnes à mobilité réduite.
Des aménagements peuvent être proposés sur demande

Contact référent handicap :
marie@comherence.fr
06.43.00.83.03

MODALITES

Utilisation de la Ludopédagogie et d'un travail de mise en pratique avec une situation réelle tout au long de la formation

INSCRIPTIONS

Inscription possible jusqu'à 48h avant le début de la formation dans la limite des places disponibles

EVALUATION

Auto-positionnement, exercices pratiques