

Catalogue de : Communication

Sommaire

- 1 - Communication et management
- 2 - Développer une communication efficace avec son équipe et sa hiérarchie
- 3 - Certification avec tutorat du cycle Responsable de communication
- 4 - Communication de crise
- 5 - Concevoir et déployer le plan de communication
- 6 - Concevoir votre newsletter
- 7 - Dynamiser et démultiplier la communication interne
- 8 - Évaluer l'efficacité de vos actions de marketing et communication
- 9 - L'assistant(e) marketing et communication
- 10 - Le Chargé de communication
- 11 - Le Chargé de communication digitale
- 12 - Le Responsable Communication
- 13 - Les techniques d'écriture journalistique
- 14 - Optimiser vos relations avec la presse et les journalistes
- 15 - Parrainage, sponsoring, mécénat : mode d'emploi
- 16 - Renforcer l'impact des supports de communication
- 17 - Réussir manifestations et événements
- 18 - Réussir vos interviews grâce au média training
- 19 - Rewriting : enrichir et dynamiser vos articles
- 20 - La communication unifiée, usages et solutions
- 21 - Optimize your communication
- 22 - Développer sa voix pour mieux communiquer
- 23 - Stratégie de communication cross-media : créer des synergies gagnantes
- 24 - S'initier aux réseaux sociaux par la pratique
- 25 - Maîtriser les règles de l'écriture plurimédia
- 26 - Intranet : dynamiser votre communication interne
- 27 - Faire vivre son réseau social d'entreprise
- 28 - Chargé de communication, le métier
- 29 - Hôte/Hôtesse d'accueil standardiste, le métier viser l'excellence dans votre communication
- 30 - Savoir communiquer à l'oral et l'écrit
- 31 - Business Communication
- 32 - Professionnaliser son accueil client
- 33 - Storytelling : créer des histoires captivantes

1 - Communication et management

Les objectifs de la formation

- Développer un style relationnel efficace et adapté à son contexte
-
- Renforcer sa communication pour améliorer son management
-
- Intégrer la dimension émotionnelle pour la maîtriser
-
- Exercer et développer ses compétences relationnelles dans les situations quotidiennes de management
-

Pour qui ?

- Tout manager hiérarchique ou transversal

Programme

- Diagnostiquer son style relationnel de manager
- Développer son talent de communication
- Prendre en compte l'importance de la communication non verbale
- S'affirmer et communiquer avec efficacité
- S'entraîner à la communication dans les situations de management
- Identifier les émotions et leur impact sur la communication
- Exprimer ses propres émotions de façon adéquate
- Manager les situations de communication délicates
- Maintenir un niveau optimum de relation dans l'équipe
- Affirmer une posture de co-construction

2 - Développer une communication efficace avec son équipe et sa hiérarchie

Les objectifs de la formation

- Réussir dans sa communication au quotidien.
- Adapter son mode de communication à ses différents interlocuteurs.
- Développer son aisance relationnelle dans les différentes situations de management.
- Aborder avec efficacité les situations délicates.

Pour qui ?

- Manager opérationnel ou chef de projet de tout secteur d'activité

Programme

- Manager : mieux se connaître
- Développer de la flexibilité dans ses modes de communication
- Établir une relation efficace avec sa hiérarchie
- Transformer les entretiens individuels en leviers d'implication
- Dynamiser sa communication de manager
- Faire face aux situations délicates
- Certification

3 - Certification avec tutorat du cycle Responsable de communication

Les objectifs de la formation

- Ce dispositif permet à chaque candidat de :
Mener à bien son projet professionnel en entreprise
- Valider ses acquis de formation et leur mise en œuvre
- Accélérer son apprentissage par un projet et assurer sa réussite grâce aux deux présentations en format vidéo et aux trois rendez-vous de suivi individuel
- Prendre le recul nécessaire à la maîtrise de sa fonction en formalisant et présentant le résultat de son travail devant un jury d'experts

Pour qui ?

Programme

- Le dispositif se décompose en trois phases

4 - Communication de crise

Les objectifs de la formation

- Mettre en place un dispositif de gestion de crise
- Recruter et former les acteurs de la cellule de crise
- Établir une stratégie de communication pour faire face à la crise médiatique
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa veille et sa stratégie de communication
- Gérer sa e-réputation
- Développer sa capacité personnelle à communiquer avec efficacité en situation de crise

Pour qui ?

- Tout manager d'équipe qui vit ou a vécu une situation de crise ou d'incertitude (fusion, accroissement ou diminution d'activité, réorganisation, pression sur les résultats, conflits
-) et qui souhaite acquérir les outils managériaux pour mieux la gérer

Programme

- Période difficile ou crise : décrypter la situation de son équipe
- Réagir en leader face à une situation de crise
- Désamorcer les tensions et gérer les incertitudes
- Manager la phase « post-crise »

5 - Concevoir et déployer le plan de communication

Les objectifs de la formation

- Disposer d'une méthodologie pour évaluer les besoins de communication et établir un diagnostic.
- Élaborer un plan de communication cohérent avec la culture et la stratégie de l'entreprise.
- Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions de communication.

Pour qui ?

- Responsable de la communication externe/interne, nouveau dans la fonction
- Responsable des relations publiques, des relations presse
- Chargé(e) de communication
- Conseiller en communication, chargé(e) du budget en agence

Programme

- En amont du présentiel
- Identifier les grands principes de la communication
- Évaluer les besoins de communication
- Concevoir un plan de communication
- Planifier et budgéter les actions de communication
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

6 - Concevoir votre newsletter

Les objectifs de la formation

- Créer une newsletter diffusée par e-mail.
- Se familiariser avec la législation en vigueur.
- Concevoir et bâtir une ligne éditoriale et graphique pour la newsletter.
- Se familiariser avec la législation en vigueur.

Pour qui ?

- Responsable et chargé(e) de communication
- Responsable et collaborateur marketing
- Responsable Internet/Intranet, rédacteur et responsable éditorial
- Webmanager, webmaster
- Toute personne créant des newsletters

Programme

- Aborder la conception de sa newsletter sous l'angle d'un média
- Élaborer la stratégie éditoriale de sa newsletter
- Rédiger le contenu
- Mettre en forme et concevoir le design de sa newsletter
- Assurer la diffusion de sa newsletter et gérer ses indicateurs de performance.

7 - Dynamiser et démultiplier la communication interne

Les objectifs de la formation

- Identifier les enjeux de la communication interne pour l'entreprise.
- Créer et animer un réseau de correspondants de communication.
- Concevoir une charte de fonctionnement du réseau de communication interne.

Pour qui ?

- Responsable ou chargé(e) de communication interne
- Cadre chargé du pilotage, du management et de la gestion des ressources humaines
- Toute personne en charge de la communication interne au sein de son organisation

Programme

- Identifier les grands principes, les missions et les objectifs de la communication interne
- Intégrer la dimension humaine dans la dynamisation et la démultiplication de la communication interne
- Constituer et motiver le réseau de correspondants communication interne
- Concevoir la charte de fonctionnement du réseau de communication
- Activer à bon escient les différents réseaux

8 - Évaluer l'efficacité de vos actions de marketing et communication

Les objectifs de la formation

- Élaborer des indicateurs clés de mesure de performance adaptés à ses actions
-
- Concevoir des tableaux de bord opérationnels
-
- Élaborer sa matrice SWOT à partir de l'analyse de l'environnement
-

Pour qui ?

- Responsable de communication externe, interne et institutionnelle
- Chargé(e) de la communication interne/externe
- Chef de produit marketing
- Cadre en charge de projets de communication interne/externe
- Tout personne en charge du management de la communication

Programme

- Choisir le bon outil d'évaluation
- Concevoir son tableau de bord
- Exploiter efficacement les résultats de ses actions

9 - L'assistant(e) marketing et communication

Les objectifs de la formation

- Mesurer les enjeux de la communication d'entreprise.
- Acquérir une vision globale et opérationnelle du marketing.
- Se repérer dans le panorama des outils on line et off line du marketing.

Pour qui ?

- Assistant(e) communication et marketing nouveau(elle) dans la fonction
- Assistant(e) chargé(e) de la communication de son unité
- Assistant(e) chef de produit

Programme

- Repérer les spécificités du rôle de l'assistant(e) au sein du service communication et marketing
- Préparer l'analyse et le diagnostic de communication
- La démarche marketing et ses outils L'analyse du marché et de son environnement. L'étape des choix et recommandations.
- Participer à la mise en œuvre et au pilotage des projets
- Travailler avec les partenaires extérieurs Rédiger un brief.

10 - Le Chargé de communication

Les objectifs de la formation

- S'approprier les enjeux de la communication à l'heure du Web social.
- Identifier les principaux outils de communication traditionnels et digitaux.
- Piloter les projets de communication.
- Évaluer la performance des actions de communication.

Pour qui ?

- Chargé(e) de communication nouvellement promu(e)
-
- Chef de projet de communication
-
- Toute personne en prise de poste
-

Programme

- Maîtriser les spécificités du métier de chargé(e) de communication
- Définir les besoins et les objectifs de communication
- Mettre en place des outils de communication
- Piloter et évaluer les projets de communication
- Travailler avec des agences de communication ou des freelance

11 - Le Chargé de communication digitale

Les objectifs de la formation

- Identifier les enjeux opérationnels de la communication d'entreprise et de la communication digitale
-
- Contribuer à la définition d'une stratégie de communication digitale
-
- Acquérir la méthodologie pour concevoir, piloter et évaluer les actions de communication
-
- Travailler avec efficacité avec des agences de communication et des free-lance
-

Pour qui ?

- Chargé de communication nouveau dans la fonction
- Chargé de communication digitale

Programme

- Développer une vision claire des enjeux opérationnels de la communication
- Contribuer à la définition d'une stratégie de communication
- Collaborer à la rédaction d'un plan de communication et à la définition d'une stratégie de communication digitale
- Activités à distance
- Concevoir et piloter des projets éditoriaux
- Travailler avec des agences de communication et des free-lance
- Développer les relations publiques
- Dynamiser la communication en s'appuyant sur les réseaux et les communautés
- Contrôler et évaluer les actions de communication

12 - Le Responsable Communication

Les objectifs de la formation

- Développer une vision claire des enjeux de la communication à l'heure des transformations digitales
-
- Bâtir une stratégie de communication
-
- Acquérir la méthodologie pour établir un diagnostic et bâtir un plan de communication
-
- Concevoir et évaluer les actions de communication
-
- Se repérer dans le panorama des outils de communication
-
- Choisir et piloter des prestataires extérieurs
-
- Renforcer son efficacité à l'oral
-

Pour qui ?

- Responsable communication nouveau dans la fonction
- Responsable communication interne, externe ou globale
- Manager ou chef de projet de communication

Programme

- Situer le rôle de la communication d'entreprise et du responsable communication, à l'heure des transformations
- Mener un audit de communication pour ajuster sa communication
- Faire du plan de communication un outil au service de la transformation
- Les nouveaux influenceurs
- Les clés des relations publiques
- Faire des salariés les ambassadeurs de l'entreprise (employee advocacy)
- Activités à distance
- Gérer la communication de crise
- Piloter les agences de communication
- Identifier les essentiels du droit à l'image
- Soutenir ses projets de communication à l'oral
- Activités à distance

13 - Les techniques d'écriture journalistique

Les objectifs de la formation

- Acquérir les règles d'écriture journalistique
-
- Rechercher un angle
-
- Repérer les différents styles journalistiques
-
- Habiller un article

Pour qui ?

- Personne de l'entreprise amenée à rédiger des textes de plus en plus percutants
- En particulier, collaborateur de services d'information-communication désirant découvrir les techniques d'écriture journalistique

Programme

- S'approprier les règles de l'écriture journalistique Les bases du journalisme : le lecteur ; l'information ; le style ; l'habillage.
- Structurer un article
- Adopter une démarche d'écriture journalistique
- Écrire un article Les règles de lisibilité rédactionnelle.
- Rédiger des articles courts Brèves et filets. Habiller l'article

14 - Optimiser vos relations avec la presse et les journalistes

Les objectifs de la formation

- Comprendre l'évolution des médias et des relations avec les journalistes
-
- Définir une stratégie web de relation presse
-
- Maîtriser les outils de relations presse sur internet : blogs, forum, réseaux sociaux
-

Pour qui ?

- Responsable de communication
- Responsable relations presse
- Toute personne chargée de la communication, en relation avec la presse écrite et audiovisuelle

Programme

- Définir une stratégie web de relations avec la presse Intégrer les enjeux du digital dans la stratégie des relations presse.
- Travailler avec les journalistes
- Utiliser à bon escient les principaux outils des relations presse sur le web

15 - Parrainage, sponsoring, mécénat : mode d'emploi

Les objectifs de la formation

- Concevoir et piloter un projet de mécénat ou de parrainage/sponsoring.
- Trouver le parrain ou le parrainé idéal et intégrer son projet dans la stratégie de l'entreprise ou de la structure.
- Promouvoir son projet de mécénat ou de parrainage/sponsoring en interne et en externe.
- Évaluer les retombées de son projet

Pour qui ?

- Responsable communication
- Chargé de communication
- Chef de projet parrainage ou mécénat d'une entreprise, d'une fondation ou d'une association

Programme

- Identifier les caractéristiques du mécénat et du parrainage/sponsoring
- Monter un projet de mécénat ou de parrainage/sponsoring
- Promouvoir un événement
- Évaluer la réussite d'une opération et ses retombées

16 - Renforcer l'impact des supports de communication

Les objectifs de la formation

- Mettre en place un dispositif éditorial.
- Susciter l'intérêt avec un contenu adapté au lecteur.
- Maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique.
- Appliquer les bases de la mise en page Print.

Pour qui ?

- Responsable de communication, rédacteur en chef et journaliste d'entreprise, responsable de publications
- Chargé de communication
- Personne en charge d'une publication d'entreprise ou participant à son élaboration

Programme

- Cadrer le projet
- Capter l'attention du lecteur 4 questions pour créer de l'attention. Mettre en place une structure pertinente. Évaluer la lisibilité des textes et des supports.
- Rédiger et éditer les textes Les principaux genres éditoriaux : éditorial, interview, brèves, reportage, dossier... S'approprier les fondements de l'écriture journalistique.
- Créer ou améliorer une publication imprimée
- Acquérir les bases de la mise en page

17 - Réussir manifestations et événements

Les objectifs de la formation

- Déterminer sa stratégie de communication événementielle
-
- Maîtriser les étapes-clés de l'organisation amont aux retombées finales d'un événement
-
- Intégrer les nouveaux enjeux et outils du digital
-

Pour qui ?

- Responsable et chargé(e) de communication
- Responsable de la communication événementielle
- Collaborateur des services marketing
- Assistant(e) de communication

Programme

- Définir sa stratégie de communication événementielle
- Préparer sa manifestation
- Réussir sa communication autour de l'événement
- Gérer le jour de l'événement
- Évaluer les 'retombées' de l'événement

18 - Réussir vos interviews grâce au média training

Les objectifs de la formation

- Appréhender les contraintes des journalistes pour mieux faire passer ses messages auprès des médias
-
- Gagner en assurance et en confiance lors des interviews grâce à des entraînements filmés
-

Pour qui ?

- Chef d'entreprise, dirigeant et cadre supérieur
- Directeur de la communication, porte-parole
- Toute personne amenée à prendre la parole devant les médias

Programme

- Comprendre les journalistes
- Comprendre l'information
- Préparer l'interview
- Maîtriser l'interview L'attitude durant l'interview (la voix, le ton, les gestes...).
- Connaître les techniques
- Les règles

19 - Rewriting : enrichir et dynamiser vos articles

Les objectifs de la formation

- Raccourcir un texte sans dénaturer son propos
-
- Estimer les enrichissements possibles d'un texte
-
- Améliorer la qualité d'un texte tant sur le fond que sur la forme
-
- Regrouper et hiérarchiser les informations
-
- Créer des encadrés
-

Pour qui ?

- Chargé de communication
- Responsable de communication en charge de service de presse ou de journaux d'entreprise
- Responsable de site Internet/Intranet
- Attaché(e) de presse
- Toute personne ayant à relire et réécrire des textes pour son entreprise, son service

Programme

- En amont du présentiel
- Les principes généraux du 'rewriting'
- Respecter le style rédactionnel S'adapter au niveau de langage qui convient en fonction de son objectif de communication. Réécrire avec clarté et concision sans dénaturer.
- Restructurer un article
- Réécrire pour le web : du papier à l'écran Identifier les règles spécifiques de l'écriture pour le web. Réécrire un contenu papier pour le mettre en ligne.
- Après le présentiel, mise en œuvre en situation de travail

20 - La communication unifiée, usages et solutions

Les objectifs de la formation

- Maîtriser les connaissances de base de la communication unifiée (concepts, vocabulaire, acteurs)
- Comprendre les technologies sous-jacentes d'une architecture de communication unifiée
- Identification des éléments de configuration de la QoS (Qualité de Service)
- Identifier les solutions techniques du marché

Pour qui ?

- Toute personne souhaitant avoir une vue synthétique et précise sur les technologies et les possibilités de la communication unifiée en entreprise

Programme

- Définitions et concepts
- Les principales fonctionnalités et caractéristiques
- Sécurité
- La qualité de service (QoS)
- La Mobilité et la communication unifiée

21 - Optimize your communication

Les objectifs de la formation

- Adapting your way of communicating according to the other person's profile
- Developing assertive behavior in interpersonal relationships
- Enhancing one's ability to persuade in order for your ideas to have impact
- Expressing oneself with ease in various types of intervention
- Avoiding deadlocked situations

Pour qui ?

- No special knowledge

Programme

- Knowledge of the basic principles of communication
- Developing assertive behavior
- Know how to listen to one's discussion partner through non verbal communication
- Speaking with ease
- Selling your ideas
- Choosing the best channel of communication

22 - Développer sa voix pour mieux communiquer

Les objectifs de la formation

- Travailler sa voix pour être plus convaincant
- Se préparer à une intervention orale
- S'exprimer pleinement à travers sa voix
- Utiliser la visualisation pour réduire le trac
- Synchroniser sa communication non verbale avec sa voix

Pour qui ?

- Tous ceux qui veulent développer leur voix

Programme

- Communiquer
- Découvrir et apprivoiser sa voix
- Prendre conscience de sa respiration et de ses résonances
- Apprivoiser le trac
- Acquérir les techniques vocales qui font un bon orateur
- Jouer avec sa voix
- Synchroniser la voix avec le regard et les gestes

23 - Stratégie de communication cross-media : créer des synergies gagnantes

Les objectifs de la formation

- Appréhender les spécificités de la communication cross-media
- Comprendre les complémentarités entre les différents médias
- Concevoir et mettre en oeuvre une stratégie de communication efficace et pertinente avec une synergie entre les médias
- Mesurer l'efficacité des ses actions de communication cross-media et savoir optimiser sa stratégie

Pour qui ?

- Directeurs et responsables de la communication, toute personne impliquée dans la mise en oeuvre d'une stratégie de communication cross-media

Programme

- Comprendre les spécificités du cross-media
- Définir les interactions et les synergies entre les médias
- Concevoir une stratégie cross-media
- Construire le concept créatif

24 - S'initier aux réseaux sociaux par la pratique

Les objectifs de la formation

- Identifier les enjeux du Web social et en comprendre les principes.
- Maîtriser le vocabulaire et les usages du Web social.
- Créer et gérer des comptes sur les principaux réseaux sociaux.
- Améliorer sa visibilité sur les réseaux sociaux

Pour qui ?

- Toute personne désirant se familiariser avec les principaux réseaux sociaux, dans un contexte professionnel ou pour son usage personnel

Programme

- Comprendre le Web social et ses enjeux
- Utiliser Facebook et Twitter
- Développer ses réseaux professionnels avec LinkedIn et Viadeo
- Découvrir les autres plateformes collaboratives et leurs fonctionnalités

25 - Maîtriser les règles de l'écriture plurimédia

Les objectifs de la formation

- Appréhender les spécificités d'une stratégie de communication plurimédia.
- Concevoir des contenus en cohérence entre les médias.
- Maîtriser la pratique d'une écriture spécifique à chaque média

Pour qui ?

- Responsables et chargés de communication externe et/ou interne, rédacteurs et collaborateurs des services communication

Programme

- Penser une stratégie de communication plurimédia
- Piloter un dispositif plurimédia
- Appliquer les règles de base de l'écriture journalistique
- Ecrire pour accroître sa visibilité
- Ecrire pour être lu ou entendu en fonction de chaque média

26 - Intranet : dynamiser votre communication interne

Les objectifs de la formation

- Comprendre les modes de communication des utilisateurs
- Choisir les contenus et définir sa ligne éditoriale
- Développer l'attractivité de l'intranet
- Lancer et animer son intranet dans la durée

Pour qui ?

- Collaborateurs des services communication
- Responsables intranet, communication interne

Programme

- Mettre en place un intranet à dominante communication interne
- Choisir le type d'informations à mettre en ligne
- Développer un intranet utile et attractif
- Lancer et communiquer sur l'intranet
- Faire vivre et animer son intranet dans la durée

27 - Faire vivre son réseau social d'entreprise

Les objectifs de la formation

- Connaître les enjeux et les bénéfices d'un Réseau Social d'Entreprise (RSE)
- Analyser et optimiser l'organisation de la communication interne de l'entreprise pour favoriser la mise en œuvre du RSE.
- Développer un réseau pour favoriser les échanges de pratiques et de connaissances.
- Mesurer l'impact du mode "réseau" sur l'organisation et le pilotage.
- Mettre en place des indicateurs pour identifier les contraintes et les exigences de son environnement de travail en réseau.

Pour qui ?

- Directeurs, responsables et assistants RH, chargés de mission RH, responsables communication interne

Programme

- Définir la communication en réseau et son public
- Optimiser l'efficacité de la communication interne
- Choisir son réseau parmi les solutions du marché : identifier les attentes
- Lancer un réseau et le faire vivre
- Interférences entre les réseaux au sein de son organisation
- Promouvoir et agrandir son réseau

28 - Chargé de communication, le métier

Les objectifs de la formation

- Comprendre le périmètre d'actions de la fonction
- Développer l'événementiel et les relations publiques
- Maîtriser les règles de la communication interne et les écrits
- Savoir rédiger un brief aux agences
- Suivre et mesurer les actions de communication

Pour qui ?

- Toute personne en charge de la communication interne et/ou externe de l'entreprise

Programme

- Cerner les rôles et missions
- Concevoir sa stratégie de communication
- Développer les relations publiques
- Maîtriser les leviers de la communication interne
- Réussir ses communications écrites
- Travailler avec les agences
- Piloter et évaluer les actions de communication

29 - Hôte/Hôtesse d'accueil standardiste, le métier viser l'excellence dans votre communication

Les objectifs de la formation

- Accueillir, renseigner et orienter les clients et visiteurs en face à face et au téléphone.
- Gérer le trafic téléphonique en respectant les standards de l'entreprise.
- Faire face aux situations les plus courantes en matière d'accueil.

Pour qui ?

- Hôte ou hôtesse d'accueil, standardiste en prise de poste ou en poste et souhaitant améliorer son organisation et son efficacité

Programme

- L'accueil, un savoir-faire
- Hôte/hôtesse d'accueil : entre savoir-faire et savoir-être
- Les particularités de l'accueil physique
- Les particularités de l'accueil téléphonique
- La gestion des demandes simultanées
- Savoir gérer les situations délicates

30 - Savoir communiquer à l'oral et l'écrit

Les objectifs de la formation

- Employer un langage claire et concis à l'écrit et à l'oral
- Utiliser les bons canaux pour mettre en valeur ses idées
- Pratiquer un mode de communication efficace pour renforcer son impact

Pour qui ?

- Toute personne souhaitant optimiser son expression écrite et orale : managers, chefs de projet et tout collaborateur de l'entreprise

Programme

- Construire efficacement son message
- Prendre la parole avec fluidité et concision
- Rédiger de façon lisible et structurée
- Muscler sa compétence de recueil de l'information

31 - Business Communication

Les objectifs de la formation

- Améliorer la fluidité de l'expression orale
- Rédiger des documents commerciaux
-
- Améliorer l'aisance de l'expression lors des réunions, présentations ou entretiens de négociation
-
- Utiliser le vocabulaire sectoriel spécialisé
-
- Améliorer la qualité des entretiens téléphoniques
-
- Rédiger des documents commerciaux
-

Pour qui ?

- Toute personne qui vise le développement de sa communication en anglais dans le domaine des affaires

Programme

32 - Professionnaliser son accueil client

Les objectifs de la formation

- À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :
 - Connaître les principes de base de la communication
 - Mieux se connaître pour mieux communiquer
 - Décrypter l'autre pour mieux communiquer
 - Lever les malentendus
 - Construire une boîte à outils pour mieux communiquer

Pour qui ?

- Cette formation est destinée à tout collaborateur en contact avec le public et/ou utilisant le téléphone

Programme

- Comprendre les particularités de l'accueil téléphonique
- Connaître les meilleures techniques de prise en charge téléphonique
- Accueillir : règles de communication appliquées à l'accueil physique
- Gérer les réclamations : la communication interpersonnelle

33 - Storytelling : créer des histoires captivantes

Les objectifs de la formation

- Maîtriser l'art de concevoir et raconter une histoire à l'écrit et à l'oral, afin de servir ses objectifs.
- Acquérir les techniques essentielles d'un storytelling percutant.
- Utiliser les émotions avec habileté pour captiver pleinement son auditoire.

Pour qui ?

- Toute personne amenée à utiliser les techniques de la narration
- Responsable de communication, journaliste, community manager...

Programme

- Identifier les différentes applications du storytelling
- Acquérir les compétences et les techniques du storytelling.
- Etapes du storytelling
- Appliquer le storytelling dans les communications écrites et orales



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc