



PENSER SA COMMUNICATION

INTRODUCTION FORMATION

JOUR 1 :

- COMMENT FONCTIONNE LA COMMUNICATION
 - COMPOSANTES ET PROBLEMATIQUES
 - ACTIONS DE COMMUNICATION
 - MECANISMES PRINCIPAUX DE RECEPTION DES MESSAGES
- PUBLICITE : METHODES ET TECHNIQUES
 - DEFINITION
 - STRATEGIE
 - CREATION
 - PLAN MEDIAS
 - MESURE DE L'EFFICACITE
 - PARTENAIRE PUB
- MEDIAS ET HORS MEDIAS POUR COMMUNIQUER
 - CLASSIFICATION DES MODES PUB
 - PROMOTION DES VENTES
 - COMMUNIQUER PAR LE HORS MEDIAS

JOUR 2 :

- LA COMMUNICATION MULTICANALE INTEGREE
 - EVOLUTION DES METHODES
 - 6 ETAPES DE LE COM MULTICANALE
- PRESENTATION DES ACTIVITES DES PARTICIPANTS
- ELABORER SA STRATEGIE DE COMMUNICATION
- PLANNIFICATION ET BUDGET
- CHOIX DU OU DES PRESTATAIRES
- SUIVI INTERNE DE LA CAMPAGNE

QUESTIONS/ REPONSES ET CONCLUSION FORMATION