

quel progrès!
agence de communication collaborative

Les Universités du progrès



Programme de formation 2011

- Faire de la communication un moteur du changement
- Anticiper une communication de crise
- Mesurer l'efficacité de la communication
- Communiquer l'engagement RSE de son entreprise
- Optimiser l'impact d'un magazine

Faire de la communication un moteur du changement

Des leviers pour rendre les collaborateurs acteurs et donner à la communication un rôle primordial dans l'accompagnement du changement.

25 mars 2011 à Lille 550 € HT

Conduire le changement : enjeux, difficultés, clés de compréhension

- les motifs du changement
- les facteurs de réussite
- les stades du changement
- les étapes de communication : comprendre, adhérer, s'impliquer

Faire évoluer la culture de l'organisation

- les terreaux culturels
- les modes d'intervention sur les terreaux
- les neuf principes d'action pour réussir le changement

Repérer les actions de communication les plus efficaces

- les actions de mobilisation des acteurs : forum, stand, world café...
- les points d'attention de la mise en œuvre

"Rien n'est permanent, excepté le changement"
Héraclitus

Anticiper une communication de crise

Des recommandations et actions à mettre en place pour être prêt à faire face à l'inattendu.

6 mai 2011 à Lille 550 € HT

Repérer les types de crise

- les différentes situations de crise : accident, pollution, conflit social, difficultés économiques, rumeurs, accusations...
- les spécificités

Préparer les collaborateurs à les affronter

- les scénarios
- les experts
- les cibles prioritaires
- la distinction entre gestion et communication de crise
- les principes et les moyens de communication
- le guide de crise

Connaître les actions à réaliser

- la formation d'une cellule de crise
- le choix de l'argumentation et des intervenants
- le plan d'action et le suivi
- l'évaluation continue
- la décision de fin de communication

"L'avenir ne se prévoit pas, il se prépare"
Maurice Blondel

Besoin de formations pour vos collaborateurs...

Les consultants de l'agence **quel progrès !** proposent également des formations sur-mesure intra-entreprise sur différentes problématiques et techniques de communication que ce soit pour construire la cohérence de la communication, organiser la mobilisation des acteurs, optimiser la transmission des messages, écouter les publics...

N'hésitez pas à nous contacter pour en discuter !

Les Universités du progrès... Pourquoi ? Pour qui ?



Les Universités sont des journées dédiées à l'approfondissement d'un aspect du métier, entre professionnels de la communication. Véritable formation-action, chaque université allie apport de connaissances et mise en application sur des cas pratiques.

Ces temps d'enseignements et d'échanges trouvent une application opérationnelle dans le quotidien du communicant.

Ouverte dès l'inscription de 8 participants, la formation accueille jusqu'à 15 professionnels pour garantir la qualité et l'adaptation des échanges.

Depuis plus de 20 ans, l'agence **quel progrès !** conseille et accompagne ses clients dans l'optimisation de leur communication.

Pour répondre à des besoins qui leur étaient formulés, les consultants de l'agence ont développé des formations intra-entreprise et des interventions auprès des établissements d'enseignement supérieur en communication.

Il était temps d'ouvrir ces formations à toute personne impliquée dans la communication de sa structure et désireuse d'enrichir ses connaissances et pratiques...

C'est chose faite avec les **Universités du progrès !**

Mesurer l'efficacité de la communication

Des conseils, outils et méthodes pour piloter la communication, valoriser la fonction et se situer dans une démarche d'amélioration continue.

24 juin 2011 à Lille 550 € HT

Identifier les fondamentaux de l'évaluation

- les enjeux de la mesure
- l'objet de la mesure : image, relation, message, climat, action, support...
- le dispositif de qualité de la communication
- la terminologie : finalité, enjeu, objectif...
- le moment de la mesure
- les limites de l'évaluation

Choisir les bons outils d'évaluation

- tableau de bord, panel, enquête, baromètre, indicateurs, analyse de contenu...?
- quali ou quanti ? analyse objective ou subjective ?

Définir un tableau de bord

- l'élaboration des grandes lignes d'un tableau de bord

"On ne gère bien que ce qui se mesure bien"
Lord Kelvin

Communiquer l'engagement RSE de son entreprise

Des repères indispensables et des méthodes pertinentes pour une valorisation de la démarche et une mobilisation des parties prenantes.

30 sept. 2011 à Lille 550 € HT

Comprendre les enjeux d'une communication sur le développement durable

- le concept et ses champs d'application
- la prise en compte des parties prenantes et de leurs attentes
- la complémentarité Communicant/responsable DD
- l'opportunité pour la communication

Associer les parties prenantes

- les étapes de communication d'une démarche RSE : diagnostic partagé, sensibilisation, appropriation, mobilisation
- les modes collaboratifs et d'implication
- l'adaptation des messages et des pratiques

Elaborer le rapport développement durable

- les spécificités de ce document
- les étapes de son élaboration

"La différence entre le succès et l'échec est la capacité à communiquer clairement et efficacement"
Aram Bakshian Jr.

Optimiser l'impact d'un magazine

Des clés incontournables et des techniques efficaces pour l'animation optimale d'un support d'information, de sa mise en œuvre à son évaluation.

25 nov. 2011 à Lille 550 € HT

Orienter et faire vivre le support

- la place du magazine dans l'éventail des outils d'information
- l'élaboration du cahier des charges : objectif, public visé, tonalité, rubriques...
- l'utilité d'un comité de rédaction : membres, fonctionnement, animation...

S'approprier les règles journalistiques

- les portes d'entrée d'un texte
- la loi de la proximité
- la lisibilité des textes

Structurer le contenu

- l'équilibre du journal
- l'arête de communication
- la grille d'information du support
- les genres journalistiques

Evaluer le support

- l'auto-évaluation d'un article
- la représentativité des thématiques et acteurs

"En moyenne, il y a 5 fois plus de gens qui lisent le titre que de gens qui lisent le texte"
David Ogilvy



Copie de ce bulletin d'inscription à renvoyer à

quel progrès !

63, rue d'Angleterre - 59000 Lille

Formation(s) choisie(s)

- Faire de la communication un moteur du changement
- Anticiper une communication de crise
- Mesurer l'efficacité de la communication
- Communiquer l'engagement RSE de son entreprise
- Optimiser l'impact d'un magazine

Tarif : 550 € HT la journée (repas compris).

Un acompte de 30% est demandé, soit 165 € HT par formation, pour valider l'inscription.

Merci de joindre à ce bulletin le chèque à l'ordre de l'agence **quel progrès !**

Nom

Prénom

Profession

Nom de l'entreprise

Adresse professionnelle

Tel

E-mail

Nom de l'organisme et adresse de facturation (si différent de l'adresse ci-dessus)

quel progrès!

agence de communication collaborative

63, rue d'Angleterre - 59000 Lille
tél. 03 20 63 82 30 - agence@quelprogres.fr
www.quelprogres.fr

Les consultants de l'agence **quel progrès !** accompagnent les entreprises et organisations dans la réussite de leur projet... Leurs interventions collaboratives assurent au client la construction d'une cohérence de communication, la mobilisation des acteurs, la transmission des messages et l'écoute des publics.



André ROBITAILLE

Directeur-conseil et gérant, intervient depuis plus de 35 ans dans le domaine de la communication. Il transmet, comme enseignant, son expérience aux étudiants en Master de communication des universités de Lille I, Paris IV Sorbonne et ISTC.



Geneviève MONESTIEZ-GEAY

Directrice associée, a 32 ans d'expérience comme consultante et responsable de communication. Elle est aussi maître de conférence associé au CELSA, université de Paris IV Sorbonne et chargée d'enseignement à l'École des Hautes Etudes en Santé Publique à Rennes.



Cécile THYS

Consultante, 11 ans d'expérience en information-communication, partage également son savoir-faire au sein de l'Arrep où elle est administrateur et auprès des étudiants en Master communication à l'université de Lille 3.



Florence MOREAU

Consultante, 12 ans d'expérience au sein de l'agence-conseil, est rompue aux techniques de communication, de rédaction et d'animation de groupe que ce soit avec des opérationnels, des directeurs ou des spécialistes.



Karine DUCOULOMBIER-MOMONT

Consultante, 20 ans d'expérience en communication en entreprise et agence, exerce sa mission avec l'envie de partager son attachement à la composante humaine des organisations.



Inscription

Les inscriptions sont enregistrées dans la mesure des places disponibles et dans l'ordre de réception des demandes. Elles sont considérées comme définitives à réception du dossier d'inscription complet (bulletin d'inscription + acompte).

Conditions de règlement

Le règlement du coût de formation doit être effectué à réception de la facture, comptant, sans escompte, par chèque libellé à l'ordre de l'agence quel progrès ! La facture est émise à l'issue de la formation. Elle tient lieu de convention. En cas d'absence partielle du participant, l'entreprise s'engage expressément à régler la totalité de la journée de formation.

Annulation

Toute annulation de participation à une formation, pour être effective, doit être confirmée par lettre ou mail. Pour tout désistement intervenant plus de 30 jours avant le début de la formation, l'agence quel progrès ! conservera l'acompte. Pour tout désistement intervenant moins de 30 jours avant le début de la formation, une facture simple sera

émise correspondant à la totalité du prix. L'agence quel progrès ! se réserve le droit de reporter une session environ une semaine avant la date pour des raisons d'organisation générale.

Tarifs

Nos tarifs s'entendent hors taxes, le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date de facturation. Les prix indiqués couvrent les frais pédagogiques, les supports de cours remis aux participants et les frais de restaurations du déjeuner. Ils n'incluent pas l'hébergement. Les déjeuners seront obligatoirement pris en groupe de travail.

Evaluation

Une évaluation est faite à la fin de chaque formation à partir d'un questionnaire remis à chaque participant à l'issue de la journée.

Assurance, responsabilité, litiges

Pendant la formation, le participant reste sous la responsabilité juridique de son employeur. Les litiges ne pouvant être réglés à l'amiable entre les deux parties seront du ressort du tribunal de commerce de Lille.