

Gérer son budget de communication

studio.p
centre de formation

ATELIER



Objectif général

La communication est indispensable pour faire connaître son activité, mais elle peut vite devenir coûteuse si elle n'est pas planifiée.

Cet atelier propose une approche simple, accessible et adaptée aux petits budgets, pour apprendre à allouer ses dépenses de communication avec méthode, à prioriser les actions selon ses objectifs et à maximiser son impact

Objectifs pédagogiques

À l'issue de l'atelier, les participants seront capables de :

- Comprendre les postes de dépenses en communication (print, digital, prestataires, outils)
- Identifier leurs canaux de communication prioritaires en fonction de leur cible
- Définir un budget réaliste selon leurs objectifs et moyens
- Arbitrer entre actions gratuites, peu coûteuses et investissements à impact
- Suivre et ajuster leur plan de communication en autonomie
- Connaître les aides ou accompagnements mobilisables

Public visé :

Entrepreneurs, porteurs de projet, responsables d'association, micro-entrepreneurs, TPE/PME, responsables communication débutants

Format :

Atelier en présentiel
(durée 2h30)

Tarif :

150 € HT / personne

Gérer son budget de communication

Contenu de l'atelier (durée : 2h30)

Étapes	Activités
<ul style="list-style-type: none">1. Introduction : la communication, poste stratégique	<ul style="list-style-type: none">Présentation du programme – Tour de table – Mise en commun des expériences et difficultés
<ul style="list-style-type: none">2. Cartographier ses canaux	<ul style="list-style-type: none">Identification des supports utilisés / envisagés (réseaux sociaux, flyer, site, événements...)
<ul style="list-style-type: none">3. Évaluer les coûts	<ul style="list-style-type: none">Présentation d'une grille tarifaire indicative Échanges sur les prestataires / solutions internes
<ul style="list-style-type: none">4. Construire son budget	<ul style="list-style-type: none">Remplir une trame de budget réaliste Répartir ses ressources par trimestre, type d'action, canal
<ul style="list-style-type: none">5. Arbitrer intelligemment	<ul style="list-style-type: none">Matrice "Impact vs Coût" Réflexion sur la réutilisation, les partenariats, les actions mutualisables
<ul style="list-style-type: none">6. Suivre et ajuster	<ul style="list-style-type: none">Présentation de modèles de tableaux de bord simples Identifier les bons indicateurs
<ul style="list-style-type: none">7. Clôture	<ul style="list-style-type: none">Conseils personnalisés Partage de ressources locales

À la fin de l'atelier, chaque participant repart avec :

- Un modèle de tableau budgétaire à personnaliser
- Une fiche récapitulative des coûts moyens par type d'action
- Une liste d'outils gratuits ou peu coûteux pour créer du contenu ou automatiser
- Une grille d'analyse stratégique par canal de communication
- Un plan de communication réaliste à adapter selon les moyens

