

Fondamentaux de la communication

Comprendre, structurer et déployer une communication claire & efficace

Apprenez à poser les bases d'une stratégie de communication cohérente, à clarifier vos messages, identifier vos cibles et choisir les bons canaux – pour gagner en impact et parler juste à vos publics.

À l'issue de cette formation, les participant·e·s seront capables de

:

- Comprendre les principes fondamentaux de la communication et leurs enjeux.
- Définir une identité claire : message, ton, valeurs, positionnement.
- Identifier leurs publics cibles et adapter leur discours.
- Construire une stratégie cohérente : objectifs, messages, formats, canaux.
- Mettre en place des actions de communication efficaces et mesurables.
- Organiser et planifier leurs contenus dans la durée.
-

Public ciblé : Chargé·e·s de communication, responsable billetterie, responsable CRM/marketing, équipes de festivals, salles, musées, théâtres, clubs sportifs.

Durée (suggestions) : 90 min / 3 h (recommandé) / 6 h.

Déroulé pédagogique

Introduction & objectifs — 15 min

Présentation des enjeux de la communication aujourd'hui.

Comprendre la communication — 20 min

Les bases : rôle, fonctions, erreurs fréquentes.

Notions essentielles : cible, message, intention, perception.

Construire son identité — 40 min

Définir son positionnement : valeurs, mission, personnalité de marque.

Construire un message clair et cohérent.

Identifier et comprendre ses publics — 30 min

Cartographier ses audiences.

Créer des personas simples et opérationnels.

Choisir les bons canaux & formats — 40 min

Structurer une stratégie de communication — 30 min

Définir ses objectifs.

Construire une stratégie simple (message → format → canal → calendrier).

Retour collectif.

Conclusion & Q&A — 10 min

Méthodologie

- Pédagogie active : alternance d'apports théoriques, d'exemples concrets, et d'ateliers pratiques.
Supports remis :
 - Fiche résumé
- Modèles de messages & canevas de plan de communication
 - Grille d'analyse des publics
 - Checklists "message clair", "choisir ses canaux"
 - Message clé / identité de communication rédigée
 - Matrice publics / messages
 - Plan de communication simplifié
 - Checklist bonnes pratiques (clarté, cohérence, planification)

Pré-requis & modalités

- Connaissances base en marketing digital.
- Format : présentiel / distanciel (Meet).
- Tarif & conditions : à définir.

Equipe pédagogique

Eric de Rugy **Président & co-fondateur**



Eric a passé 35 ans dans l'univers du marketing, de la communication et des médias, dans de grands groupes de internationaux (Omnicom, WPP...) puis comme entrepreneur. Il a été formateur ou enseignant sans interruption depuis 1984 dans des entités professionnelles (media Institute) ou publiques (IUT de communication, SciencesPo Paris, Celsa). Il est par ailleurs très impliqué dans l'écosystème HEC : mentorat, comité pédagogique

Marc Gonnet **CEO & co-fondateur**

Diplômé de Sciences Po Paris, ancien Directeur Marketing & Développement d'Europe 1, puis Directeur de la Stratégie de Lagardère Active. Il est également Professeur Associé au CELSA (Sorbonne), et enseigne à Sciences Po.



Suivi de l'exécution

Feuilles de présence
Questions orales ou écrites (QCM)
Mises en situation

Accessibilité

Vous avez des besoins spécifiques ? Adriana Talbi, notre référente handicap est à votre disposition par mail sura-talbi@agefiph.asso.fr et à votre écoute pour répondre à vos questions et vous orienter vers les services compétents.