



GARDEZ LE CAP DE VOTRE COMMUNICATION
AVEC

BG CONSULTANT

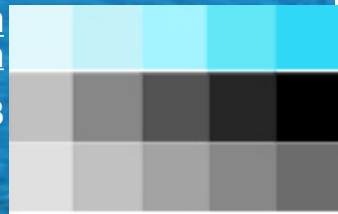
EXPERT EN COMMUNICATION

5 SÉMINAIRES POUR DONNER DU SENS À VOTRE COMMUNICATION

<u>LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR DIRIGEANTS</u>	<u>2 - 3</u>
<u>ELABORATION D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION</u>	<u>4 - 5</u>
<u>DE LA STRATÉGIE AU PLAN DE COMMUNICATION</u>	<u>6 - 7</u>
<u>COMMUNICATION DE CRISE ET MEDIA-TRAINING</u>	<u>8 - 9</u>
<u>FINALITÉS ET CONDUITE DE LA COMMUNICATION INTERNE</u>	<u>10 - 11</u>
<u>CALENDRIER & TARIFS DES SÉMINAIRES PROGRAMMÉS</u>	<u>12</u>

www.bg-consultant.com
info@bg-consultant.com

☎ +33 688.521.843





La stratégie de communication pour dirigeants

Public concerné	Pdg, DG, Dirigeants
Objectif	Savoir superviser, orienter la stratégie de communication et les responsables comm.
Pré-requis	Vision globale de l'entreprise
Méthode	Explication analytique de ce qu'il faut faire et ne pas faire. Débats échanges des expériences vécues et cas des participants étudiés par l'Expert.
Durée	1 jour
Nombre de participants	6 à 12
Suivi post-séminaire	<i>Option : 4 entretiens diagnostic conseil dans les 6 mois suivant le séminaire.</i>



GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



*La stratégie de
communication
pour dirigeants*



Demandez
le programme
et la fiche d'inscription de
ce séminaire



GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



Ce séminaire s'adresse aux dirigeants qui ont conscience que la communication constitue un enjeu stratégique pour la vision de leur projet d'entreprise.

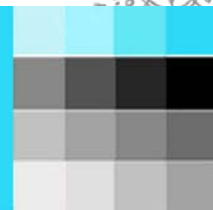


Problématiques à l'origine du séminaire

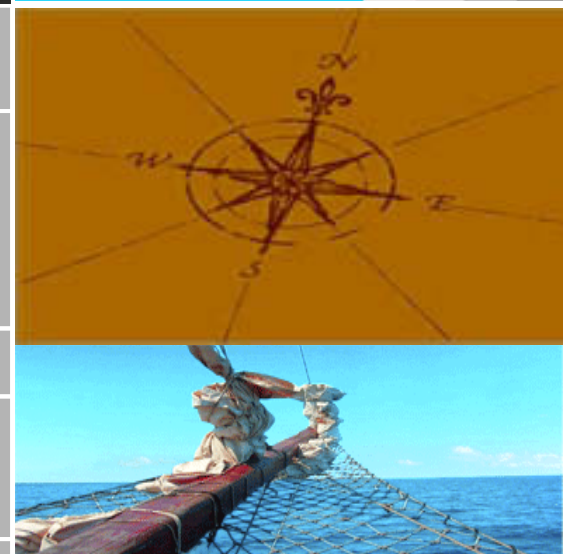
- ❖ Le dirigeant doit savoir orienter un directeur de communication et insuffler un esprit de communication.
- ❖ Les directeurs et responsables de communication ont besoin que les dirigeants inspirent la communication à un niveau élevé en amont de la stratégie de communication.



Elaboration d'une stratégie de communication



Public concerné	Directeurs et responsables du marketing, de la communication ou du commercial
Objectif	Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication à partir des objectifs marketing et de la stratégie globale. Abandonner la communication intuitive et au coup par coup
Pré-requis	Maîtrise des objectifs marketing,
Méthode	Présentation de méthodes et outils. Pratique et exercices à partir des cas des participants sous forme d'ateliers.
Durée	2 jours
Nombre de participants	6 à 12



GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



*Elaboration
d'une stratégie de
communication*



Demandez
le programme
et la fiche d'inscription de
ce séminaire



Ce séminaire s'adresse aux managers chargés de la communication externe ou du marketing et qui souhaitent faire des choix stratégiques en communication et rationaliser leur budget.



Problématiques à l'origine du séminaire

- ❖ Les budgets communication subissent parfois des coupes sombres et remettent en question les «habitudes». Quels moyens de communication choisir ?
- ❖ Renouveler ou aborder la communication sous un angle stratégique et méthodique permet de faire des choix rationnels et efficaces.

GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



De la stratégie au plan de communication

Public concerné	Directeurs chargés de la communication externe ou du marketing communication
Objectif	Optimiser la communication en maîtrisant la stratégie de communication et savoir choisir les outils et moyens du plan de communication
Pré-requis	Management de la communication externe
Méthode	Présentation de méthodes et outils. Pratique et exercices à partir des cas des participants sous forme d'ateliers.
Durée	4 jours
Nombre de participants	6 à 12



GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



*De la stratégie
au plan de
communication*



Demandez
le programme
et la fiche d'inscription de
ce séminaire



GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



Ce séminaire s'adresse aux managers de la communication issus des filières techniques ou management des grandes écoles ou cursus internes et qui ressentent le besoin d'apporter une dimension nouvelle et stratégique à la communication.



Problématiques à l'origine du séminaire

- ❖ La communication est mise en oeuvre pour répondre à différents besoins précis, ponctuels, tactiques.
- ❖ La récurrence, l'urgence, la satisfaction des différents commanditaires internes empêchent souvent de remettre à plat la communication de manière cohérente et stratégique.



Communication de crise et media-training

Public concerné	Pdg, DG, Dirigeants, Dir communication
Objectif	Savoir gérer et anticiper la communication de crise. Mieux connaître les attentes et la position des journalistes. Media training
Pré-requis	Vision globale de l'entreprise
Méthode	Explication sur la bonne et mauvaise gestion de la communication globale de l'entreprise. Comment éviter ou diminuer les effets d'une crise. Mieux connaître les médias. Entraînement aux interviews.
Durée	4 jours
Nombre de participants	6 à 12



GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



*Communication
de crise
et media-training*

Séminaire co-animé par
Bernard Guignard et Jean Kouchner



Demandez
le programme
et la fiche d'inscription de
ce séminaire



GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



Ce séminaire s'adresse aux dirigeants, élus et managers pouvant être confrontés à des situations de crise qui demandent une certaine dextérité pour communiquer en interne et en direction des médias.



Problématiques à l'origine du séminaire

- ❖ La faible connaissance des mécanismes de communication qui conduisent à des erreurs, aggrave souvent les crises.
- ❖ La mauvaise connaissance des attentes et contraintes des journalistes amène aussi à des surprises qui peuvent mettre à mal l'image de l'entreprise et de ses dirigeants.



Finalités et conduite de la communication

Public concerné	Dirigeants et managers impliqués dans la communication interne
Objectif	Organiser la communication interne en fonction d'objectifs stratégiques et en bonne connaissance des enjeux et résultats qu'on peut en attendre
Pré-requis	Management de la communication interne
Méthode	Explication et méthode d'organisation de la communication interne. Savoir définir les objectifs. Savoir sur quels flux d'information agir, quand et comment.
Durée	2 jours
Nombre de participants	6 à 12



GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



Finalités et conduite de la communication interne



Demandez
le programme
et la fiche d'inscription de
ce séminaire



Ce séminaire s'adresse aux dirigeants et managers qui souhaitent comprendre comment la communication interne peut agir sur la motivation et en quoi elle est liée à la communication externe.



Problématiques à l'origine du séminaire

- ❖ La communication interne est souvent mise en œuvre de manière progressive pour répondre à des problématiques à l'aide d'outils d'information.
- ❖ Lorsque l'ambiance se détériore, lorsque la motivation baisse, lorsque des moyens d'information font double emploi, lorsque des outils coûtent cher pour un résultat médiocre, il est temps de réorganiser la communication interne.

GARDEZ LE CAP
DE VOTRE COMMUNICATION



Programmation des séminaires en France en 2011 en langue française

2011	FEV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUIL-AOUT	SEPT
La stratégie de communication pour dirigeants				 740 € le vend 20	 790 € le vend 24	 820 € sam 27 aout	 740 € le sam 24
Elaboration stratégie de communication	 950 € les 24 - 25	 1 100 € les 31 mars - 1er avril		 1 300 € les 5 - 6			 1 200 € les 22 - 23
De la stratégie au plan de communication			 2 600 € du 26 au 29		 2 780 € du 15 au 18		
Communication de crise et media-training		 3 200 € du 9 au 12		 3 500 € du 25 au 28			
Conduite de la communication interne		 1 100 € 24 - 25			 1 360 € 30 juin -1 ^{er} Juillet		



Tarif séminaire H.T. tout compris : séminaire + documents + 2 pauses / j + 1 déjeuner / j + nuit et pt dej / jour de séminaire

Lieu : NICE : Hôtel WEST-END , un hôtel 4 étoiles “belle époque” sur la promenade des anglais

Les réservations se font entre 15 jours et 1 mois avant la date dernier délai (voir fiche d'inscription)

Remises accordées à partir de 3 inscriptions groupées et pour les inscriptions faites plus de 2 mois avant le séminaire

Les séminaires se déroulant en fin de semaine, les participants bénéficient d'un tarif préférentiel pour le week-end suivant à l'hôtel