

PACK COMMUNICATION STRATÉGIQUE

JOUR 1

Construire une stratégie de communication efficace et pertinente

OBJECTIFS

- A l'issue de la formation vous serez capable :
- D'envisager la mise en place de la communication la plus adaptée à ce que vous êtes, à votre électorat et à votre territoire. Vous pourrez prioriser
- Les actions à mener et optimiser temps et efficacité.

JOUR 2

Stratégie digitale

OBJECTIFS

- Sensibiliser les participants aux fondamentaux de la communication politique par le biais d'une stratégie et d'outils Internet
- Transmettre des grilles, des outils, des modes opératoires leur permettant d'utiliser de façon performante ces nouveaux médias sur le fond et la forme afin de leur donner la meilleure visibilité possible.
- Adopter la bonne approche pour faire croître la notoriété et la visibilité de leur action politique et celle de leur groupe
- Mettre les participants en situation afin de les sensibiliser à la maîtrise individuelle et collective de leur communication

FORMATEUR

Ludovic BRACO, ancien publicitaire, ex-collaborateur dédié à la stratégie de communication d'un parlementaire. Consultant en communication politique (campagnes législatives, départementales et municipales), professeur de communication à SciencesCom Nantes. Diplômé DESS LEA Communication et de l'ESC Amiens (1996)

PUBLICS

Élu(e)s, collaborateurs d'élu(e)s, cadres administratifs, agents de la collectivité

- Formation sur mesure adaptée aux attentes des participants
- Formation réalisable sur demande en intra au cœur de votre collectivité
- Formation réalisable en vidéoconférence (nous consulter)

DURÉE : 3 journées : 9h - 17h

LIEU : IFET, Paris et **Au**  **de votre territoire**

JOUR 3

La prise de parole en public

OBJECTIFS

- Faire de la prise de parole en public un aboutissement de votre mandat qui doit devenir un véritable atout dans votre communication auprès des électeurs, de vos collègues, de votre opposition. Vous permettre de maîtriser les méthodes de rédaction les plus pertinentes pour un discours lu ou non, ainsi que la bonne attitude à avoir pour faire adhérer votre auditoire à vos idées et à votre personnalité...

DATES JOUR 1

Construire stratégie de communication

Lundi 12 octobre 2020

Lundi 23 novembre 2020

Mardi 15 décembre 2020

Lundi 11 janvier 2021

Lundi 8 février 2021

Lundi 8 mars 2021

Lundi 12 avril 2021

Lundi 10 mai 2021

Lundi 7 juin 2021

DATES JOUR 2

Stratégie digitale de l'élu

Mardi 13 octobre 2020

Mardi 24 novembre 2020

Mercredi 16 décembre 2020

Mardi 12 janvier 2021

Mardi 9 février 2021

Mardi 9 mars 2021

Mardi 13 avril 2021

Mardi 11 mai 2021

Mardi 8 juin 2021

DATES JOUR 3

Prise de parole en public

Mercredi 14 octobre 2020

Mercredi 25 novembre 2020

Jeudi 17 décembre 2020

Mercredi 13 janvier 2021

Mercredi 10 février 2021

Mercredi 10 mars 2021

Mercredi 14 avril 2021

Mercredi 12 mai 2021

Mercredi 9 juin 2021

Construire une stratégie de communication

COMPÉTENCE VISÉE

Devenir en capacité de planifier et d'organiser sa propre stratégie de communication

OBJECTIFS

A l'issue de la formation vous serez capable d'envisager la mise en place de la communication la plus adaptée à ce que vous êtes, à votre électorat et à votre territoire. Vous pourrez prioriser les actions à mener et optimiser et efficacité.

PROGRAMME

A l'issue de la formation vous serez capable de :

- Déterminer votre positionnement / vos forces et faiblesses à corriger
- Envisager la nature de la communication à prioriser en fonction des timings qui vous sont impartis
- Construire ce que vous communiquerez en fonction de votre électorat, de votre territoire
- Envisager la planification de la communication
- Déterminer et préciser le type d'actions, d'évènements à organiser et le type de messages à transmettre vers les acteurs de votre territoire (quels supports utiliser pour communiquer et à quels coûts)
- Valoriser votre « image de marque », Branding Expression orale, les fondamentaux à maîtriser (formation spécifique recommandée)
- Identifier et maîtriser les contenus et les canaux de communication adaptés à votre communication : communiqués de presse, journaux, lettre d'information, site Internet, Facebook, Twitter, audiovisuel
- Détail des outils de communication accessibles ; quels « évènements » envisager ?

PACK COMMUNICATION STRATÉGIQUE / JOUR 1

FORMATEUR

Ludovic BRACO, ancien publicitaire, ex-collaborateur dédié à la stratégie de communication d'un parlementaire. Consultant en communication politique (campagnes législatives, départementales et municipales), professeur de communication à SciencesCom Nantes. Diplômé DESS LEA Communication et de l'ESC Amiens (1996)

PUBLICS

Élu(e)s, collaborateurs d'élu(e)s, cadres administratifs, agents de la collectivité

- Formation sur mesure adaptée aux attentes des participants
- Formation réalisable sur demande en intra au cœur de votre collectivité
- Formation réalisable en vidéoconférence (nous consulter)

DURÉE : 1 journée : 9h - 17h

DATES

Lundi 12 octobre 2020

Lundi 23 novembre 2020

Mardi 15 décembre 2020

Lundi 11 janvier 2021

Lundi 8 février 2021

Lundi 8 mars 2021

Lundi 12 avril 2021

Lundi 10 mai 2021

Lundi 7 juin 2021

LIEU : IFET, Paris et **Au**  **de votre territoire**

Stratégie digitale de l'élu

COMPÉTENCE VISÉE

Devenir en capacité d'organiser sa propre stratégie de communication sur Internet et les réseaux sociaux

OBJECTIFS

- Sensibiliser les participants aux fondamentaux de la communication par le biais d'une stratégie et d'outils Internet
- Transmettre des grilles, des outils, des modes opératoires leur permettant d'utiliser de façon performante ces nouveaux médias sur le fond et la forme afin de leur donner la meilleure visibilité possible
- Adopter la bonne approche pour faire croître la notoriété et la visibilité de leur action politique et celle de leur groupe
- Mettre les participants en situation afin de les initier à la maîtrise individuelle et collective de leur communication

PROGRAMME

- Principes de positionnement, soi-même et son groupe (adaptation du SWOT)
- Déterminer ses « thématiques durables », ses sujets de prédilection, angles d'approche et éléments de langage
- Analyse des tonalités à utiliser : humour, ironie, attaques (pourquoi et comment alterner et doser ?)
- Comment amplifier ses actions avec les outils Internet : axer ses objectifs, quelles thématiques aborder ? Quels outils utiliser ? Quelles cibles toucher ? Principes de rédaction pour des "posts" clairs et efficaces
- Comment gérer les attaques sur vos supports de communication digitale ?
- Tour d'horizon des outils, leur spécificité / utilité, utilisation et fonctions avancées
- Les principaux réseaux sociaux utilisés : Facebook, Youtube, Twitter, Snapchat, Google+, Instagram, Pinterest, LinkedIn
 - Page Facebook (classique / publique)
 - Twitter : intérêt et utilisation
 - Site Internet / blog : quelle pertinence ?
 - Les vidéos en Facebook live, sur Dailymotion et YouTube pourquoi et comment les utiliser ?

PACK COMMUNICATION STRATÉGIQUE / JOUR 2

FORMATEUR

Ludovic BRACO, ancien publicitaire, ex-collaborateur dédié à la stratégie de communication d'un parlementaire. Consultant en communication politique (campagnes législatives, départementales et municipales), professeur de communication à SciencesCom Nantes. Diplômé DESS LEA Communication et de l'ESC Amiens (1996)

PUBLICS

Élu(e)s, collaborateurs d'élu(e)s, cadres administratifs, agents de la collectivité

- Formation sur mesure adaptée aux attentes des participants
- Formation réalisable sur demande en intra au cœur de votre collectivité
- Formation réalisable en vidéoconférence (nous consulter)

DURÉE : 1 journée : 9h - 17h

DATES

Mardi 13 octobre 2020

Mardi 24 novembre 2020

Mercredi 16 décembre 2020

Mardi 12 janvier 2021

Mardi 9 février 2021

Mardi 9 mars 2021

Mardi 13 avril 2021

Mardi 11 mai 2021

Mardi 8 juin 2021

LIEU : IFET, Paris et **Au**  **de votre territoire**

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Fondamentaux à connaître en termes de stratégie ; d'outils et de supports

Exemples concrets, partages expérimentiels

Prise de parole en public : transformer une contrainte en plaisir

COMPÉTENCE VISÉE

Maîtriser la prise de parole en public dans tous ses aspects, verbaux non-verbaux tout en parvenant à faire retenir vos idées clés auprès de votre audience

OBJECTIFS

Faire de la prise de parole en public un aboutissement de votre fonction électorale qui doit devenir un véritable atout dans votre communication auprès des électeurs, de vos collègues, de votre opposition.

Vous permettre de maîtriser les méthodes de rédaction les plus pertinentes pour un discours lu ou non, ainsi que la bonne attitude à avoir pour faire adhérer votre auditoire à vos idées et à votre personnalité

PROGRAMME

- L'impact du message oral en général
- Se connaître, identifier ses forces et ses faiblesses d'orateur (SWOT)
- Apprendre à se définir pour se présenter à l'oral : éléments de langage à construire autour de ce que vous êtes et ce que vous souhaitez faire
- Utiliser la technique du "Story telling" pour se raconter
- Préparer son intervention / apprendre à maîtriser son stress en se mettant dans les meilleures dispositions possibles
- Techniques de construction du discours (4C, FOSIR, CCL)
- Faire transparaître votre empathie et votre attention vis-à-vis de votre audience
- Réussir l'interactivité avec l'audience
- Le "Story telling" au service de votre force de conviction (humour / métaphores et citations, ...)
- Travailler votre "non verbal" et votre posture (gestuel, ton et rythme)
- Bien appréhender l'intervention audiovisuelle (interviews almées)
- Débat / négociation : les bonnes attitudes à avoir

PACK COMMUNICATION STRATÉGIQUE / JOUR 3

FORMATEUR

Ludovic BRACO, ancien publicitaire, ex-collaborateur dédié à la stratégie de communication d'un parlementaire. Consultant en communication politique (campagnes législatives, départementales et municipales), professeur de communication à SciencesCom Nantes. Diplômé DESS LEA Communication et de l'ESC Amiens (1996)

PUBLICS

Élu(e)s, collaborateurs d'élu(e)s, cadres administratifs, agents de la collectivité

- Formation sur mesure adaptée aux attentes des participants
- Formation réalisable sur demande en intra au cœur de votre collectivité
- Formation réalisable en vidéoconférence (nous consulter)

DURÉE : 1 journée : 9h - 17h

DATES

Mercredi 14 octobre 2020

Mercredi 25 novembre 2020

Jeudi 17 décembre 2020

Mercredi 13 janvier 2021

Mercredi 10 février 2021

Mercredi 10 mars 2021

Mercredi 14 avril 2021

Mercredi 12 mai 2021

Mercredi 9 juin 2021

LIEU : IFET, Paris et **Au**  **de votre territoire**

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Fondamentaux à connaître en termes de stratégie ; d'outils et de supports
- Exemples concrets, exercices caméra
- Partages expérientiels
- Exercices de réponses spontanées, de prononciation de discours, d'interviews audiovisuelles (avec débriefing)

BULLETIN D'INSCRIPTION

**ATTENTION : certaines formations sont associées à un bulletin d'inscription spécifique.
Vérifiez bien que le bulletin d'inscription que vous complétez est bien en rapport avec la formation choisie**

Madame - Monsieur :

Fonction :

Collectivité :

Adresse de la collectivité :

Téléphone : Fax :

Courriel du correspondant formation (indispensable) :

Coordonnées personnelles (pour envoi de la convocation - merci d'écrire très lisiblement) :

.....

Tél. mobile :

Courriel :

Je souhaite m'inscrire à la formation

qui se déroulera le

J'ai connu cette formation par

La formation doit être facturée : à la collectivité directement à l'intéressé(e)

Prix de la session : 590 € la journée (+ pour les élu(e)s, adhésion individuelle pour l'année civile : 50 €)

Prix de la session : 550 € la journée (Départements adhérents à l'IFET)

Date et signature :

Bulletin à retourner à l'IFET : mél. : ifet@departements.fr ou au correspondant formation de votre collectivité

CONDITIONS D'ANNULATION

• Annulation du fait du stagiaire ou de la collectivité

Toute annulation doit être impérativement confirmée par écrit (courrier ou fax). L'absence totale de confirmation écrite entraînerait le règlement intégral de l'inscription. Annulation reçue plus de 15 jours avant le début du stage : aucun frais. Annulation reçue jusqu'à 4 jours (inclus) avant le début du stage : frais de dédit correspondants à 50% du prix du stage, et à la totalité au delà de 4 jours. Tout stage commencé est intégralement dû.

• Annulation et report du fait de l'IFET

Tout stage ne réunissant pas l'effectif requis peut être annulé par l'IFET jusqu'au dernier moment. Vous en êtes informé par téléphone ou par télécopie, ou par tous les moyens à la disposition de l'IFET.