

Management : Construire une relation forte et efficace avec une agence de communication sur un modèle économique allégé

Parce qu'une agence de communication externe ou un prestataire de communication n'est pas un prestataire comme un autre, il est indispensable de bien connaître le rôle de chacun, les outils et les champs de compétence pour réussir une collaboration basée sur la confiance et l'efficacité.

Cette formation s'adresse aux responsables d'entreprise en charge de la communication et tous ceux qui souhaitent tirer profit du savoir-faire de leur agence conseil au meilleur prix et optimiser les compétences de chacun.

Les objectifs

- Comprendre les fonctions respectives des agences et des services de communication interne
- Mieux définir les attendus de chacun pour optimiser l'efficacité des missions
- Comprendre et mieux utiliser les outils relationnels
- Mettre en place des bonnes pratiques efficaces et vertueuses
- Mieux gérer les temps passés de part et d'autres pour un retour sur honoraires plus pertinent

Publics

- Personne en charge de la communication en entreprise, collectivité ou association
- Responsable des RH

Pré requis

- Connaissance des mécanismes de la communication

Résultats attendus

- Développer une relation forte basée sur la confiance et la transparence entre l'agence de communication et son client.
- Rentabilisation contrat et efficacité relationnelles meilleures

Méthodes pédagogiques

- Exposé théorique et pratique, cas concrets,. Validation des acquis et bilan à chaque phase.

Durée

- 1 jour ou 2 jours selon les attentes

Programme

- Fonction communication : fondement des métiers et évolution
- Management et organisation : Comment optimiser temps et actions ?
- Les 5 erreurs à ne pas commettre
- La boîte à outils : Outils d'organisation stratégique et relationnelle :
- Information, confidentialité des données et bonne conduite
- Les contrats et modes de rémunération
- Les critères d'évaluation
- Conclusions

Le formateur

Conseil auprès des entreprises et des collectivités depuis plus de 15 années, le formateur connaît bien les problématiques liées aux stratégies d'entreprise et de territoires de marques, en particulier les territoires numériques ; un domaine d'intervention privilégié, puisqu'il intervient comme Expert en Internet et Multimédias auprès des Tribunaux.