

Apprendre à professionnaliser la communication du CSE

-  Durée du stage • **1 jour (7h)**  Tarif • **sur devis**
-  Formateur • **Juriste en droit social**
-  Lieu de formation • **INTRA/INTER**



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Saisir les bases de la communication
- Différencier les modes de communication
- Apprendre à rédiger un contenu explicite
- Savoir élaborer un plan de communication
- Auditer les impacts de sa communication

PUBLIC VISÉ

- Membres élus du CSE

PRÉ-REQUIS

Formation économique du CSE (ou les bases)

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation repose sur une théorie commentée et illustrée par des cas concrets durant le stage. La participation des apprenants est stimulée par des échanges et des cas pratiques et/ou des quizz.

CAS PRATIQUES :

- Réaliser un communiqué de presse
- Panorama des vecteurs de la communication

MOYENS TECHNIQUES UTILISÉS



**REMISE D'UN COURS ILLUSTRÉ
ET COMMENTÉ SUR CLÉ USB**



**REMISE D'UN CAHIER DE NOTES
ET D'UN STYLO**



**PROJECTION DU COURS AU FORMAT PPT
PAR LE FORMATEUR**



**VISUALISATION DE VIDÉOS
LORS DU COURS**

MOYENS D'ÉVALUATION DE LA FORMATION

À CHAUD / APRÈS LA FORMATION

- QCM final de 10 questions remis au stagiaire (à chaud)
- Tour de table final - révision en groupe des acquis essentiels

À FROID / SUIVI APRÈS 3 MOIS

- À l'issue d'une période de 3 mois, les apprenants pourront évaluer leurs connaissances grâce à un module de révision de leur formation - en e-learning.
- Un test d'évaluation conclut le cours ;
 - L'apprenant reçoit une attestation de suivi ;
 - En cas de succès au test, un certificat de réussite est envoyé.

SANCTION DE LA FORMATION



Attestation de formation remise à chaque apprenant à l'issue du stage

Nous avons à cœur de suivre l'évolution des apprenants dans la mise en œuvre des enseignements prodigués. Il est essentiel de vérifier que les acquis sont maîtrisés et que les apports sont respectés.



DÉROULÉ DU PROGRAMME

BASES DE LA COMMUNICATION

- Quelles ressources pour communiquer ?
- Identifier les outils de communication efficaces
- L'identité visuelle (intérêt, impact, utilité)
- La stratégie en communication
- La force du contenu (message)
- Quel véhicule pour quel public ?
- Savoir exploiter les retours d'une bonne communication

VÉHICULER L'IMAGE ET LE MESSAGE DU CSE

- Bâtir sa propre image : « comment s'y prendre ? »
- Sonder les attentes de son public
- Exploiter les informations recueillies pour en faire des forces

APPRENDRE À RÉDIGER UN MESSAGE FORT

- L'accroche ou le teasing en communication
- L'art d'utiliser des références, un slogan
- Rédiger soigneusement le contenu central
- La communication au service de l'objectif
- Illustration par les mots et les visuels

LA COMMUNICATION ÉCRITE

- Le tract, le flyer, le communiqué de presse
- Le bulletin d'actualité
- Le magazine institutionnel
- La plaquette de présentation

LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE

- Utilisation d'un espace « intranet »
- Créer sa propre vitrine internet
- Le blog au service de vos messages
- La force des réseaux sociaux
- Passer des messages via la vidéo

LA COMMUNICATION PHYSIQUE

- L'accueil et comment ménager le contenu de votre message
- Apprendre à gérer vos émotions (trac)
- Réagir intelligemment face à son public

ÉVALUATION DES CONNAISSANCES ET CONCLUSION DU STAGE

- Quizz final et tour de table
- Ouvrages conseillés