

# Comment communiquer quand on est une PME agro-alimentaire

## Objectifs pédagogiques

---

- ✓ Comprendre les nouveaux enjeux de la communication corporate : construire son identité et sa stratégie de marque.
- ✓ Connaître les moyens et les outils pour mettre en place sa stratégie.
- ✓ Animer et faire vivre son image de marque
- ✓ Comprendre les grands principes de la communication opérationnelle
- ✓ Appréhender une méthodologie permettant d'évaluer les besoins de communication et établir un diagnostic .
- ✓ Acquérir une méthodologie pour réaliser un plan de communication opérationnel cohérent avec la philosophie et la stratégie de l'entreprise.
- ✓ Savoir mettre en place un retro-planning de pilotage répertoriant l'ensemble des actions de communication et leurs dates de mise en œuvre

## Programme

---

### **Communiquer sur l'image de marque de votre entreprise**

Comment construire sa stratégie de communication Corporate ?

Le plan médias. Moyens et Outils.

Animer et faire vivre son image de marque.

### **Bien communiquer sur son produit : étiquette/packaging/actions marketing**

La communication Opérationnelle Grands principes et objectifs

Mission du responsable communication

Le MIX marketing

Montage du PMO (Plan Marketing Opérationnel)

Identification des publics visés

Définir les messages

Définir les actions et les outils d'aides à la vente pour les commerciaux

Promotion des ventes

Etablir le rétro-planning

Suivi et Analyse résultats des actions marketing

Budgéter les actions

## Méthodes pédagogiques

Chaque participant doit trouver sa propre ressource créative et pouvoir appliquer concrètement la formation à son entreprise.

Exercices pratiques au moyen de jeux de questions réponse, fiches à remplir questionnaires.

Etude des cas les plus emblématiques parmi les entreprises représentées.

## Support

Documents de synthèse remis à chaque participant

## Public visé et prérequis

Personne en charge de la communication.

Aucun prérequis n'est exigé.

## Intervenants

**Laure LIMBOURG** : Consultante en communication communication globale, spécialisée en relations presse et relations publiques et en création de contenu de marque.

**Nelly DUMAS** : Responsable marketing et pôle graphique d'une agence de création graphique et de conseil en communication.

## Durée date et lieu

<b>Durée</b>	4 jours
<b>Lieu</b>	A définir

## Coût de la formation

### Pour les entreprises adhérentes à OPCALIM,

formation 100 % financée dans le cadre du programme TPE/PME.

Nombre de places disponibles : 3

### **Pour les autres entreprises :**

<b>Tarif adhérent</b>	1062 € HT (soit 1274,40 € TTC)/pers
<b>Tarif non adhérent</b>	1487,75 € HT (soit 1785,00 € TTC)/pers

Vous êtes intéressé(e) par cette formation, merci de contacter Céline GOURRE –  
[celine.gourre@lria.fr](mailto:celine.gourre@lria.fr) – 04.67.04.30.18

N° d'organisme de formation : 91 34 0591434

Rassembler ET Partager



Languedoc-Roussillon Industries Agroalimentaires