

# Politique de communication interne/externe et plan de communication

## Contexte

---

Les établissements sanitaires, sociaux et médico-sociaux doivent nécessairement travailler leur image et la valoriser, face à un environnement de plus en plus médiatisé (articles de presse, réseaux sociaux, communication des autres établissements...).

Il apparaît nécessaire de connaître les aspects réglementaires (droit à l'image, secret professionnel) et de bien structurer sa politique de communication suivant les moyens dédiés. Cette formation aura la forme d'une formation action. A l'issue de la formation les participants auront construit une ébauche de plan de communication pour leur établissement.

## Objectifs

---

- Savoir définir les objectifs de communications interne et externe.
- Apprendre à identifier les outils pertinents.
- Définir un plan de communication dans son établissement.
- Produire un plan de communication.

## Programme

---

### Comprendre l'articulation d'un plan de communication

- Panorama à 360° du plan de communication :
  - les composantes ;
  - la méthodologie du plan de communication.

### Apprendre à identifier les outils pertinents

- les outils et supports de Communication interne ;
- les outils et supports de Communication externe.

### Savoir définir les objectifs de communications interne et externe, définir un plan de communication dans son établissement

- bilan de la communication antérieure (carte mentale) ;
- détermination des objectifs de communication (méthode d'analyse SWOT) ;
- le positionnement et l'axe stratégique.

## Travail d'intersession

- rédaction d'une ébauche de plan de communication : création d'un planning d'actions et évaluation d'un budget et des besoins en ressources humaines.

## Produire un plan de communication

- débriefing du travail d'intersession ;
- méthode d'évaluation des retombées ;
- droit à l'image ;
- secret professionnel ;
- comment répondre à des commentaires négatifs.

## Travaux en groupe sous forme d'ateliers de réflexion permettant l'ébauche des bases d'un plan de communication :

- travail sur une carte mentale des actions de communication antérieures ;
- utilisation de la méthode d'analyse SWOT : tableau des Forces, Faiblesses, Possibilités et Menaces ;
- brainstorming pour définir le message de l'établissement ;
- élaboration d'une charte des bonnes pratiques liées au droit à l'image ;
- travail en groupe sur la présentation des ébauches de plans de communication réalisées durant le temps d'intersession.

### Public

**Personnels de direction, référents communication, professionnels qui n'ont pas été formés spécifiquement au domaine de la communication.**

### Exercice

**2022**

### Nature

**AFR**

### Organisé par

**ADVITAM**

### Durée

**21 heures**

### Date et lieu

#### **GROUPE 1**

**Du 3 octobre au 4 octobre 2022**

J1 J2

A DISTANCE

**Le 18 octobre 2022**

J3

A DISTANCE