



COMMUNICATION RESPONSABLE : METTRE SA STRATÉGIE AU SERVICE DE SES ENGAGEMENTS

FORMATIONS COURTES

INITIATION

NEW

Ref. : 3813921

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1700 € HT

Repas inclus

Concevoir, mettre en œuvre et évaluer une stratégie et plan de communication

La communication responsable est clairement le sujet du moment. Les organisations sont confrontées à des attentes sociétales grandissantes et doivent s'interroger sur la manière de communiquer leur responsabilité. Pour y arriver efficacement, quelques règles sont importantes, qu'elles structurent la conception, mise en œuvre ou évaluation. Véritable chance pour se transformer et accompagner les transitions en jeu, la communication responsable gagne à être mieux comprise, analysée et déployée avec un impact positif. C'est l'objet de cette formation pour vous donner des idées et des clés opérationnelles concrètes.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

Paris

02 et 03 avr. 2026

- 02/04/2026 09:00 --> 03/04/2026 17:30 à Paris
 - 02/04/2026 09:00 --> 02/04/2026 17:30
 - 03/04/2026 09:00 --> 03/04/2026 17:30

OBJECTIFS

- Définir le périmètre d'une communication responsable.
- Mettre en cohérence la vision, la mise en œuvre concrète et les résultats.
- Déployer des outils de communication et de suivi efficaces dans un budget donné.

POUR QUI ?

Chargé.e.s et responsables communication et marque. Tout professionnel dont la fonction implique un volet communication.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

COMPÉTENCES ACQUISES

Bâtir une stratégie de communication responsable et la mettre en œuvre.

PROGRAMME

Pendant
Communication responsable : mettre sa stratégie au service de ses engagements

Définir sa vision et les axes d'engagement de sa communication



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 32



- Préciser les fondements et limites de sa responsabilité pour concevoir une stratégie opérationnelle.
- Différencier communication responsable, RSE, mécénat et sponsoring pour associer la stratégie et les leviers de communication pertinents.
- Mener une analyse concurrentielle et un benchmark pour s'inspirer des campagnes réussies.
- Green washing, dispersion dans engagements, manque d'engagement de l'interne, faible évaluation : analyser les écueils récurrents pour en tirer de bonnes pratiques pour sa stratégie de communication.
- Axes stratégiques, tactique et mise en œuvre, calendrier, budget, évaluation : élaborer une feuille de route pour partager efficacement ses actions.

Mettre en œuvre sa communication responsable

- Clarté, objectifs, crédibilité, preuves : établir des prérequis clairs pour garantir la réussite de ses actions de communication et le respect des engagements.
- Organiser l'équipe de communication en prenant en compte ce nouvel enjeu
- Écoute, consultations, cartographie des intérêts : prendre en compte et respecter les enjeux de l'ensemble des parties prenantes pour les impliquer.
- Déployer rapidement des premières actions de communication pour remporter des succès et des soutiens et établir des partenariats pertinents : ONG, institutions, associations, influenceurs...
- S'appuyer sur des outils de communication performants et responsables pour gagner en efficacité : éco-socio conception, élaboration de messages, diffusion, transparence.

Évaluer le déploiement de sa stratégie de communication responsable

- Définir des objectifs précis à l'évaluation pour cadrer sa mise en place
- Identifier les indicateurs clés pour surveiller et améliorer les performances de ses actions au service de ses valeurs.
- Budget, prestataire, critères d'externalisation... : définir le plan d'action de l'évaluation et les moyens à allouer.
- Développer un système d'alerte pour anticiper les crises et limiter les déviations.
- Objectifs, audience, format : encadrer la restitution de l'évaluation d'impact de la communication pour mesurer et présenter l'efficacité de sa stratégie.

INTERVENANTS

Céline Mas

Conférencière, formatrice, autrice et praticienne en sciences cognitives.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Moyens Humains, Techniques et Pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 32



Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 32