

Contenu de la formation :

1. Fondamentaux de la communication responsable
 - Comprendre les enjeux de la communication éthique et responsable.
 - Identifier les différences entre marketing classique et communication responsable.
 - Appréhender l'impact sociétal et environnemental des messages.

2. Définir une stratégie de communication responsable
 - Établir une vision et des objectifs alignés avec les valeurs RSE de l'entreprise
 - Identifier et segmenter les parties prenantes (client-es, prospects, communauté, médias).
 - Animer un workshop dédié à la production de contenu responsable.
 - Construire une ligne éditoriale éthique et engageante.

3. Leadership et influence
 - Développer une posture de leader d'opinion.
 - Les 3 leviers du Leadership.
 - Renforcer son image et son influence grâce à des contenus responsables.

4. Engagement et interaction avec l'audience
 - Développer des stratégies d'interaction en ligne (commentaires, messages privés, sondages).
 - Créer des contenus participatifs qui mobilisent la communauté.
 - Mesurer l'engagement et ajuster les stratégies.

5. Cas pratiques et atelier
 - Analyse de campagnes exemplaires de communication responsable.
 - Atelier de création d'une stratégie de communication responsable avec déploiement d'une ligne éditoriale pour produire des contenus impactants.