

Piloter la performance de sa communication

Indicateurs et tableaux de bord pour assurer le retour sur investissement et évaluer ses actions de communication.

2 jours (14 heures)

Perfectionnement

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1750 € HT par personne (TVA en vigueur) Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 08/10/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

Savoir bien monitorer la performance de sa communication est au moins aussi important que savoir établir la stratégie de communication en elle-même. Et c'est bien souvent dans la capacité à mesurer et piloter finement la performance d'une communication que vous ferez la différence. Ce monitoring peut être une puissante valeur ajoutée. Savoir quels outils utiliser, comment et quand les utiliser, sont des facteurs essentiels de réussite. Et surtout, votre capacité à mesurer un retour sur investissement pourra booster votre stratégie et renforcer votre expertise et votre légitimité. Cette formation vous accompagne dans l'établissement de KPI précis et pour comprendre comment les fixer et les optimiser.

Objectifs

- Savoir mesurer le retour sur investissement de ses actions de communication.
- Définir des indicateurs fiables de résultat et choisir des méthodes d'évaluation adaptées.
- Construire un tableau de bord pertinent et l'adapter aux différents domaines de la communication externe.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

Compétences acquises

Définir des indicateurs fiables et choisir des méthodes d'évaluation, construire un tableau de bord et l'adapter aux domaines de la communication externe.

À qui s'adresse cette formation ?

Responsables et chargés de communication.

Prérequis

Travailler dans la communication

Connaître les fondamentaux de la communication.

Programme

1 Pendant votre formation

Piloter la performance de sa communication (2 jours)

Faire de l'évaluation une démarche à valeur ajoutée

- Distinguer la zone de responsabilité et la zone de contribution du responsable de communication.
- Définir des objectifs de communication concrets, mesurables et identifiables.
- Définir et normaliser les indicateurs de pilotage, de résultats et de performance.
- Déterminer la fréquence des évaluations.
- Organiser la remontée des informations et interpréter les données.

Choisir les méthodes d'évaluation adaptées

- Utiliser les sondages et les baromètres.
- Piloter les deux grands types d'enquêtes : qualitatives et quantitatives.
- Maîtriser les mesures d'impact : reconnaissance, notoriété, attribution, mémorisation.
- Les indicateurs de volume : données budgétaires et données quantitatives.
- Connaître les principaux outils de mesure sur le web et les réseaux sociaux.

Concevoir un tableau de bord pertinent

- Choisir les indicateurs clés de pilotage, de résultat et d'alerte.
- Établir ses ratios de productivité.
- Formaliser son tableau de bord.
- Agréger et consolider les données.
- Exploiter efficacement son tableau de bord.
- Pilotage et management.
- Analyse coût/valeur.

Piloter l'évaluation des différents domaines de communication

- La communication corporate et l'image de marque de l'entreprise.
- Les relations presse.
- Le parrainage et mécénat.
- L'événementiel et les relations publiques.
- Les médias sociaux.
- La communication interne.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

Marie MONTAIGU

MONTAIGU Marie-Dominique

Céline Mas

Conférencière, formatrice, autrice
et praticienne en sciences
cognitives.

Modalités 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](#).

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

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

Détails de la session

Du 14 janvier 2027 au 15 janvier 2027 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 14 janvier 2027 au 15 janvier 2027 Paris

- 14 janvier 2027 9h00 – 17h30
- 15 janvier 2027 9h00 – 17h30