

Piloter un projet de communication de A à Z

Acquérir les fondamentaux de la communication

2 jours (14 heures)

Initiation

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1750 € HT par personne (TVA en vigueur)

 Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 06/10/2026. Document téléchargé le 10/10/2026.

La réussite d'un projet de communication repose sur des objectifs clairs, des choix cohérents et une coordination rigoureuse.

Votre projet de communication devient le terrain d'application de la formation. Campagne digitale, événement, dispositif interne ou action de relations presse : vous avancez sur votre propre cas, avec une méthode transposable à vos prochaines missions.

Du cadrage de la demande au bilan, cet atelier du CFPJ vous aide à transformer une intention en plan d'action, à organiser les ressources et à coordonner les intervenants. Vous travaillerez vos messages, votre budget, votre planning et vos briefs, puis vous vous exercerez à sélectionner un prestataire et à gérer les imprévus. Les échanges et les retours personnalisés vous permettront d'affiner vos choix pour piloter votre projet avec méthode et assurance.

Objectifs

- Analyser le contexte et définir ses cibles
- Fixer des objectifs et construire ses indicateurs de réussite
- Choisir ses outils et messages et formaliser son projet
- Piloter le projet avec les équipes et les prestataires

[Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.](#)

Compétences acquises

Concevoir, élaborer, piloter et évaluer un projet de communication.

À qui s'adresse cette formation ?

Toute personne amenée à concevoir et piloter un projet de communication.

Chargés de communication.

Assistant(e)s de direction.

Prérequis

Travailler dans la communication.

Connaître les fondamentaux de la communication.

Programme

1 Pendant votre formation

Piloter un projet de communication d A à Z

Cadrer son projet de communication

- Analyser le contexte, les enjeux et la demande initiale.
- Distinguer le besoin de communication de la solution envisagée.
- Identifier les publics prioritaires, leurs attentes et les évolutions souhaitées.
- Définir des objectifs précis, réalistes et mesurables.
- Formuler une idée directrice cohérente avec les objectifs et l'identité de l'organisation.
- Délimiter le périmètre, les livrables et les contraintes : délais, budget, ressources et validation.
- Choisir les indicateurs de réussite et prévoir les modalités d'évaluation dès le départ.

Exercice pratique : transformer une demande générale en note de cadrage. Préciser les objectifs, les publics, les livrables et les critères de réussite, puis faire valider ses choix lors d'une simulation d'échange avec le commanditaire.

Concevoir le dispositif et construire son plan d'action

- Choisir les canaux et les formats selon les publics, les objectifs et les moyens disponibles.
- Construire des messages clés et définir le ton, le style et les principes visuels.
- Articuler les actions pour assurer la cohérence du dispositif.
- Estimer les coûts externes et le temps de travail interne.
- Répartir les responsabilités entre commanditaire, pilote, contributeurs et prestataires.

- Établir un planning intégrant les dépendances, les validations et les marges de sécurité.
- Identifier les risques et prévoir des solutions de repli.
- Formaliser un plan d'action opérationnel.

Exercice pratique : élaborer le plan d'action du projet cadré précédemment : messages, canaux, budget, responsabilités et calendrier. Adapter ce plan à une réduction de budget ou à un changement de délai.

Briefer et sélectionner ses prestataires

- Rédiger un cahier des charges précisant le besoin, les livrables, les contraintes et les critères de sélection.
- Organiser une consultation adaptée à la nature et à l'ampleur du projet.
- Conduire un brief qui clarifie les attentes tout en laissant une marge de proposition.
- Comparer les offres selon leur pertinence, leur faisabilité, leur coût et la qualité de l'accompagnement.
- Clarifier les conditions de collaboration : étapes, corrections, fichiers livrés et droits d'utilisation.
- Formaliser les décisions et les engagements réciproques.

Exercice pratique : rédiger un brief, puis analyser trois propositions de prestataires à l'aide d'une grille commune. Défendre sa recommandation et simuler un échange de clarification avec le prestataire retenu.

Piloter la réalisation et évaluer les résultats

- Organiser le lancement du projet et les points de suivi.
- Suivre l'avancement, les dépenses et les décisions.
- Formuler des retours précis sur les livrables et coordonner les validations.
- Gérer les demandes de modification et mesurer leurs conséquences sur le budget et le calendrier.
- Contrôler la qualité et la conformité des éléments avant diffusion.
- Analyser les résultats au regard des objectifs initiaux.
- Distinguer bilan des actions, résultats obtenus et enseignements pour les prochains projets.

Exercice pratique : traiter un aléa de production lors d'une réunion de suivi simulée. À partir de résultats fournis, rédiger un bilan synthétique et proposer trois améliorations.

Fil rouge : construire et piloter un projet de communication, de la demande initiale au bilan, à partir de son organisation ou d'un cas proposé.

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

CAROLINE SAUVAJOL RIALLAND
SO COMMENT

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.

Les participants travaillent sur leurs propres projets de communication au cours d'un atelier interactif et repartent avec leur projet formalisé.

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 26 mars 2027 au 27 mars 2027 (2 jours / 14 heures)

Bordeaux

Du 26 mars 2027 au 27 mars 2027 **Bordeaux**

- 26 mars 2027 9h00 – 17h30
- 27 mars 2027 9h00 – 17h30