

1. Record Nr.	UNINA9910788947903321
Autore	Moch Olivier
Titolo	Vade-mecum de la communication externe des organisations // Olivier Moch
Pubbl/distr/stampa	[Place of publication not identified] : , : Edipro, , [2013] ©2013
ISBN	2-511-01553-6
Descrizione fisica	1 online resource (192 p.)
Collana	Communication
Disciplina	658.45
Soggetti	Business communication
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Page de couverture; Page de titre; Remerciements; Preface; Introduction; Premiere Partie - Theorie et strategie; Chapitre I - Quelques notions fondamentales de communication; 1.1 Les 5W; 1.2 A propos de communication interpersonnelle; 1.2.1 On ne peut pas ne pas communiquer; 1.2.2 Toute communication presente deux aspects : le contenu et la relation; 1.2.3 La communication est simultanement digitale et analogique; 1.2.4 La nature de la relation depend de la ponctuation des sequences de communication 1.2.5 Tout echange de communication est symetrique ou complementaire selon qu'il repose sur l'egalite ou la difference1.3 La communication est un processus complexe !; 1.4 Difference entre communication et information; 1.5 Cibler ses publics; 1.6 La communication a deux etages; 1.6.1 Influenceurs et e-influenceurs; 1.7 Les enjeux de la communication externe de l'entreprise; Chapitre II - Communication externe versus communication interne; 2.1 Definitions, cibles, missions et moyens; 2.1.1 Schema de la communication interne; 2.1.2 Schema de la communication externe Chapitre III - Le plan de communication3.1 Cinq questions majeures; 3.1.1 Ou se situe-t-on ?; 3.1.2 Quels sont les objectifs et comment les atteindre ?; 3.1.3 Quelles sont les cibles ?; 3.1.4 Quand va-t-on agir ?; 3.1.5 Comment verifier si l'on atteint les objectifs ?; 3.2 Soyez SMART !; 3.3 Quelques conseils pour le plan de communication; Deuxieme Partie - Communication externe de l'organisation; Chapitre IV - Les relations

publiques de l'entreprise; 4.1 De l'importance des relations publiques pour l'entreprise; 4.2 Quels sont les outils de relations publiques ?; 4.2.1 En interne
4.2.2 En externe
Chapitre V - Les relations avec les medias; 5.1 La conference de presse; 5.1.1 Preparation de la conference de presse; 5.1.2 (Petit-) dejeuner de presse ou pas ?; 5.1.3 Combien de temps doit durer une conference de presse ?; 5.2 Le dossier de presse; 5.2.1 Le contenu du dossier de presse; 5.2.2 Le dossier de presse doit-il absolument contenir un communique de presse ?; 5.2.3 Que faut-il eviter ?; 5.2.4 Quand l'envoyer ?; 5.3 Le communique de presse; 5.3.1 La structure du communique de presse; 5.3.2 Que faut-il eviter ?; 5.3.3 Quand faut-il l'envoyer ?
5.4 Sept conseils pour que le communique de presse trouve echo
5.4.1 Ne pas se contenter d'un envoi par fax !; 5.4.2 Un objet clair et explicite !; 5.4.3 Pas uniquement en annexe !; 5.4.4 Aller a l'essentiel !; 5.4.5 Cibler le recepteur !; 5.4.6 Evitez le commercial pur et dur !; 5.4.7 Sortir de l'ordinaire, avoir un petit "plus" !; Chapitre VI - L'evenementiel de l'entreprise; 6.1 Les objectifs de l'evenementiel d'entreprise; 6.2 Le groupe de travail; 6.3 Quelques regles d'or; 6.4 Et les risques ?; 6.4.1 Keep cool !; 6.5 Evenementiel d'entreprise - FAQ
6.6 En resume, pour reussir son evenement, il faut :

Sommario/riassunto

Vous souhaitez mettre en place une communication externe efficace, c'est-a-dire qui atteint ses cibles et ses objectifs ? Ce livre sera votre guide ! De facon pragmatique, ce vade-mecum vous donne les clefs pour construire un plan de communication efficace et les methodes pour optimaliser le rendement de ses outils indispensables tels que les relations avec les medias, les relations publiques, l'evenementiel, la communication de crise ou encore les reseaux sociaux. Conseils strategiques, astuces et reponses aux questions les plus recurrentes, sont a votre portee pour une bonne approche de vos
