

Lettre d' INFORMATION

DE L'UCANSS

LI 0637

Paris, le mardi 5 décembre 2017

Émetteur : Christine Del-Vitto, Consultante/formatrice - Institut 4.10 - 02 47 36 22 17 - cdelvitto@institutquatredix.fr
Eléonora Russo, Chef de projet Formation - Ucanss - formation@ucanss.fr

Objet : Communication interbranche perfectionnement : Offre de formation à destination des professionnels de la Communication

Madame, Monsieur le Directeur,

Madame, Monsieur le Médecin conseil régional,

L'Ucanss, en partenariat avec l'Institut 4.10 et en collaboration avec les Caisses Nationales, poursuit le déploiement de son offre de formation intitulée « Communication Interbranche Perfectionnement ».

S'inscrivant dans une logique de perfectionnement et de professionnalisation, cette offre de formation se caractérise par :

- une architecture modulaire permettant un parcours de formation adaptable à chaque profil
- des intervenants experts de la formation et des métiers de la communication
- des échanges interbranches qui favorisent l'affirmation d'une culture commune.

I – Présentation du dispositif

Ce dispositif interbranche se compose de sept modules, indépendants les uns des autres :

| | |
|--|--|
| Communication digitale – Web | 3 jours (2 en présentiel + 7 heures en distanciel) |
| Communication digitale – Réseaux sociaux | 2 jours en présentiel |
| Évaluation de l'efficacité de la communication | 3 jours (2 en présentiel + 7 heures en distanciel) |
| Communication de crise | 2 jours en présentiel |
| Communication interne | 3 jours (2 en présentiel + 7 heures en distanciel) |
| Communication écrite | 2 jours en présentiel |
| Relation Presse Média | 2 jours en présentiel |

II – Objectifs et publics

Publics :

Les publics visés par le dispositif sont les professionnels de la communication en organismes (chargés, assistants et/ou responsables de communication)

Pré-requis :

Le dispositif actuel est un dispositif de perfectionnement qui s'adresse à un public maîtrisant les fondamentaux de la communication.

Objectifs :

- **Communication digitale – Web**

Connaître les leviers d'action digitaux, les points de contact et les attentes des publics

Acquérir un langage commun avec les spécialistes du Web

Maîtriser la communication via le Web, notamment l'écriture Web, les mécanismes de visibilité et d'animation

Optimiser l'information sur le Web en fonction des cibles et mesurer l'efficacité

- **Communication digitale – réseaux sociaux**

Connaître les enjeux et pratiques du Web social

Maîtriser les principaux réseaux sociaux et leurs codes, leurs terminologies

Savoir optimiser sa présence sur les médias sociaux, développer une communauté et l'engager

Suivre ses actions

- **Évaluation de l'efficacité de la communication**

S'approprier la méthodologie d'évaluation d'une campagne de communication

Intégrer la pertinence de l'évaluation dès la phase amont du projet

Articuler son plan de communication avec l'évaluation

Savoir choisir de bons indicateurs

Acquérir une méthodologie et des outils d'enquête et d'évaluation (cibler la communication et l'évaluer)

Mesurer le retour sur investissement d'un projet de communication, valoriser et exploiter les résultats

- **Communication de crise**

Connaître son rôle en situation de crise

Prévenir et gérer les crises

Communiquer en interne et en externe en situation de crise

- **Communication interne**

Optimiser sa politique de communication interne : vue globale des leviers de succès

Améliorer le pilotage de sa mission de communication interne, répondre aux nouveaux enjeux de la fonction et valoriser ses résultats

Servir, impliquer et animer l'ensemble des acteurs impliqués

- **Communication écrite**

Améliorer le style rédactionnel

Maîtriser les techniques d'écriture afin de rédiger de façon claire, vivante et précise

Connaître et savoir utiliser les techniques de l'écriture journalistique

Développer un écrit efficace : réécriture de textes administratifs pour faciliter la compréhension des lecteurs

Renouveler ses écrits et son style en prenant en compte la stratégie et les supports de communication (papier, web, réseaux sociaux...)

- **Relation Presse média**

Intégrer les relations presse dans une stratégie de communication

Adopter une relation sur-mesure avec les journalistes et les médias

Rédiger un communiqué de presse efficace : appliquer les règles de l'écriture journalistique

Identifier et analyser les usages des RP 2.0

Initiation à la veille e-réputation

Veiller au suivi des relations presse et renforcer leur efficacité

Modalités pédagogiques :

Les sept modules se caractérisent par :

- une grande variété de modalités pédagogiques : études de cas et mises en situation, partages de pratiques, témoignages de professionnels, visionnage de films, quizz, ...
- des exercices sont réalisés à partir de données et d'exemples institutionnels

Par ailleurs, trois des sept modules se composent de modalités pédagogiques alliant présentiel ET distanciel : Communication digitale – Web, Évaluation de l'efficacité de la communication et Communication interne.

La réalisation des exercices proposés en distanciel est nécessaire à l'atteinte des objectifs visés par le module. Le distanciel fait partie intégrante du temps de formation.

III - Coût de la formation

Le coût pédagogique est fixé à :

| | | | |
|--|---------|-----------------------|---------|
| Communication digitale – Web | 1 125 € | Communication interne | 1 020 € |
| Communication digitale – Réseaux sociaux | 885 € | Communication écrite | 885 € |
| Évaluation de l'efficacité de la communication | 1 020 € | Relation Presse Média | 885 € |
| Communication de crise | 785 € | | |

Ce coût ne comprend pas l'ensemble des frais relatifs au déplacement, à l'hébergement et à la restauration des stagiaires.

Pour 2018, ce dispositif interbranche bénéficie d'une prise en charge à 50 % par Uniformation dans le cadre des fonds mutualisés du plan.

2018 : Rappel modalités de prise en charge pour le plan

Les organismes n'ont plus à présenter une demande d'engagement à Unifformation. Les formations éligibles seront directement prises en charge par l'Institut 4.10 ainsi que l'En3s dans le cadre d'un dispositif de subrogation de paiement.

En revanche, pour tous les autres dispositifs (contrats et périodes de professionnalisation, compte personnel de formation, congé individuel de formation...), il convient d'adresser de façon préalable une demande de prise en charge à Unifformation.

Toutes les informations utiles se situent dans le document de synthèse que vous retrouverez sur le site de l'Ucanss : http://extranet.ucanss.fr/contenu/public/EspaceRessourcesHumaines/FormationProfessionnelle/priorite_financement.html

IV – Calendrier et inscription

Calendrier du 1er semestre 2018 *

| | | |
|---|------------------|--|
| Communication digitale – Web Aux 2 jours en présentiel s'ajoutent 7 heures en distanciel | 25 et 26 janvier | Toutes les sessions se déroulent sur Paris Espace Vinci 25, rue des Jeûneurs 75002 Paris |
| | 7 et 8 juin | |
| Communication digitale – Réseaux sociaux | 15 et 16 février | |
| | 14 et 15 juin | |
| Évaluation de l'efficacité de la communication Aux 2 jours en présentiel s'ajoutent 7 heures en distanciel | 29 et 30 mars | |
| Communication interne Aux 2 jours en présentiel s'ajoutent 7 heures en distanciel | 29 et 30 janvier | |
| | 29 et 30 mars | |
| Communication de crise | 12 et 13 mars | |
| Relation Presse Média | 7 et 8 juin | |
| Communication écrite | 18 et 19 juin | |

* Le calendrier du 2ème semestre vous sera communiqué début juin 2018

Retrouvez ces dates ainsi que les modalités d'inscription sur le catalogue de l'Institut 4.10 en cliquant sur le lien suivant :

http://institutquatredix.fr/catalogue/co/54_Marketing_et_communication.html

Pour toute information complémentaire

je vous invite à contacter les pilotes de ce dispositif dont vous trouvez les coordonnées ci-dessous :

- Christine Del-Vitto, Consultante/formatrice - Institut 4.10 - 02 47 36 22 17 - cdelvitto@institutquatredix.fr
- Eléonora Russo, Chef de projet Formation - Ucanss - formation@ucanss.fr

Convaincu de l'intérêt que vous porterez à ce dispositif, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur le Directeur, Madame, Monsieur le Médecin conseil régional, l'assurance de ma considération distinguée.



Gaudérique Barrière
Directeur délégué

Document(s) annexe(s) :

- Plaquette offre de formation communication,