Communication Responsable

Cette formation permettra aux participants de comprendre les principes de la communication responsable et leur importance dans une démarche RSE. Ils apprendront à concevoir une stratégie alignée avec les valeurs de leur entreprise, à adapter leurs pratiques aux enjeux environnementaux et sociétaux, et à utiliser des supports et messages inclusifs. Ils pourront également mesurer l'impact de leurs actions sur l'image de marque et les parties prenantes, tout en évitant les écueils (greenwashing). Grâce à une approche théorique et pratique, les participants développeront des compétences concrètes pour adopter une communication éthique, durable et engageante.

Les objectifs:

- Comprendre les principes de la communication responsable et son importance dans une démarche RSE
- Concevoir une stratégie alignée avec les valeurs de l'entreprise
- Adapter les pratiques aux enjeux environnementaux et sociétaux
- Utiliser des supports et messages responsables et inclusifs
- Mesurer l'impact sur l'image de marque et les parties prenantes

Le programme:

1. Les bases de la communication responsable
- Comprendre les concepts et les enjeux de la communication responsable
- Identifier les liens entre RSE et communication (enjeux sociétaux, environnementaux et éthiques)
- Analyser des exemples d'entreprises ayant adopté une communication responsable

2. Conception d'une stratégie de communication responsable
- Aligner les messages de communication avec les valeurs et engagements RSE de l'entreprise
- Adopter une approche transparente, honnête et authentique dans la diffusion des informations
- Éviter les pièges du greenwashing et promouvoir des actions concrètes et mesurables

3. Choix des supports et pratiques de communication durable
- Utiliser des supports écoresponsables
- Adapter les campagnes digitales pour réduire l'empreinte écologique
- Favoriser l'inclusivité dans les messages et supports

4. Engagement des parties prenantes et communication éthique
- Sensibiliser les collaborateurs et les parties prenantes à la communication responsable
- Impliquer les consommateurs dans les démarches responsables à travers des campagnes interactives
- Promouvoir une communication éthique qui valorise le respect des droits humains et la diversité

5. Mesure de l'impact et amélioration continue
- Mettre en place des indicateurs pour évaluer l’efficacité des actions
- Analyser l’impact sur l’image de marque et sur la fidélisation des clients et partenaires
- Adapter la stratégie en fonction des résultats obtenus et des retours des parties prenantes

Formateur·rice(s) :

- Pauline Beuchillot

Objectifs visés

- Comprendre les concepts et les enjeux de la communication responsable
- Identifier les liens entre RSE et communication (enjeux sociétaux, environnementaux et éthiques)
- Analyser des exemples d’entreprises ayant adopté une communication responsable
- Aligner les messages de communication avec les valeurs et engagements RSE de l’entreprise
- Adopter une approche transparente, honnête et authentique dans la diffusion des informations
- Éviter les pièges du greenwashing et promouvoir des actions concrètes et mesurables
- Utiliser des supports écoresponsables
- Adapter les campagnes digitales pour réduire l' empreinte écologique
- Favoriser l’inclusivité dans les messages et supports
- Sensibiliser les collaborateurs et les parties prenantes à la communication responsable
- Impliquer les consommateurs dans les démarches responsables à travers des campagnes interactives
- Promouvoir une communication éthique qui valorise le respect des droits humains et la diversité
- Mettre en place des indicateurs pour évaluer l’efficacité des actions
- Analyser l’impact sur l’image de marque et sur la fidélisation des clients et partenaires
- Adapter la stratégie en fonction des résultats obtenus et des retours des parties prenantes

Méthodes d'évaluation

- Jeu de rôle / Simulation
- Cas pratique
- Quiz

Déroulé pédagogique

Journée 1

- Les bases de la Communication Responsable
- Pause Déjeuner
- Identifier les liens entre RSE et communication

Journée 2

- Conception d'une stratégie de communication responsable
- Pause Déjeuner
- Conception d'une stratégie de communication responsable

Journée 3

- Choix des supports et pratiques de communication durable
- Pause Déjeuner
- Engagement des parties prenantes et communication éthique

Journée 4

- Mesure de l'impact et amélioration continue
- Pause Déjeuner
- Mesure de l'impact et amélioration continue

Informations complémentaires

Durée : 28 heures de formation sur 4 jours

Pré-requis :

- Connaissances de base en communication

Public concerné : Chargés de communication Responsables RSE Responsables marketing Dirigeants d’entreprises engagées dans une démarche RSE