

SEMAINE 16 - 17 : COMMUNICATION MARKETING INTÉGRÉE

- Coordination des efforts de communication et de marketing
- Utilisation de différents canaux de communication pour une stratégie cohérente
- Planification et exécution de campagnes marketing intégrées
- Mesure de l'efficacité de la communication marketing

SEMAINE 18 - 19 : RELATIONS PUBLIQUES ET COMMUNICATION DE CRISE

- Gestion des relations publiques et des médias
- Planification et mise en oeuvre de campagnes de relations publiques
- Gestion de la communication en situation de crise
- Communication efficace avec les parties prenantes externes et internes

SEMAINES 20 - 21 : MESURE ET ÉVALUATION DES PERFORMANCES EN COMMUNICATION ET MARKETING

- Méthodes de mesure et d'évaluation des performances en communication et marketing
- Utilisation d'indicateurs clés de performance (KPI) pour évaluer l'efficacité des actions
- Analyse des données et rapports de performance
- Ajustement des stratégies en fonction des résultats

SEMAINES 22 - 23 : ÉTHIQUE DANS LA COMMUNICATION ET LE MARKETING

- Principes éthiques dans la communication et le marketing
- Publicité responsable et éthique
- Respect de la vie privée et protection des données personnelles
- Impact social et environnemental de la communication et du marketing

SEMAINES 23 - 24: PROJET FINAL

- Réalisation d'un projet pratique de communication et de marketing
- Application des compétences et connaissances acquises dans un contexte réel
- Présentation du projet et rétroaction des formateurs

Ce programme de formation de six mois en communication d'Entreprise et Marketing est conçu pour offrir une connaissance globale en communication aux participants, en intégrant des modules dédiés à des aspects clés tels que l'intelligence artificielle, la vente, et les tendances récentes du marché. L'objectif est de fournir aux participants une compréhension approfondie et pratique des principes fondamentaux de la communication d'entreprise et du marketing.

PROGRAMME DE FORMATION EN COMMUNICATION D'ENTREPRISE ET MARKETING À L'ÈRE DE L'IA



by



Brazzaville : 06 881 48 48 - **Pointe-Noire :** 05 502 45 45

contact@rhema.com - rhema.cg

BZV : 07 avenue des 3 Martyrs - Plateau des 15ans. (En face de l'hôtel Edmond).

PN : Carrefour de Roy, en diagonale de l'église METL. Immeuble Jaune gris.

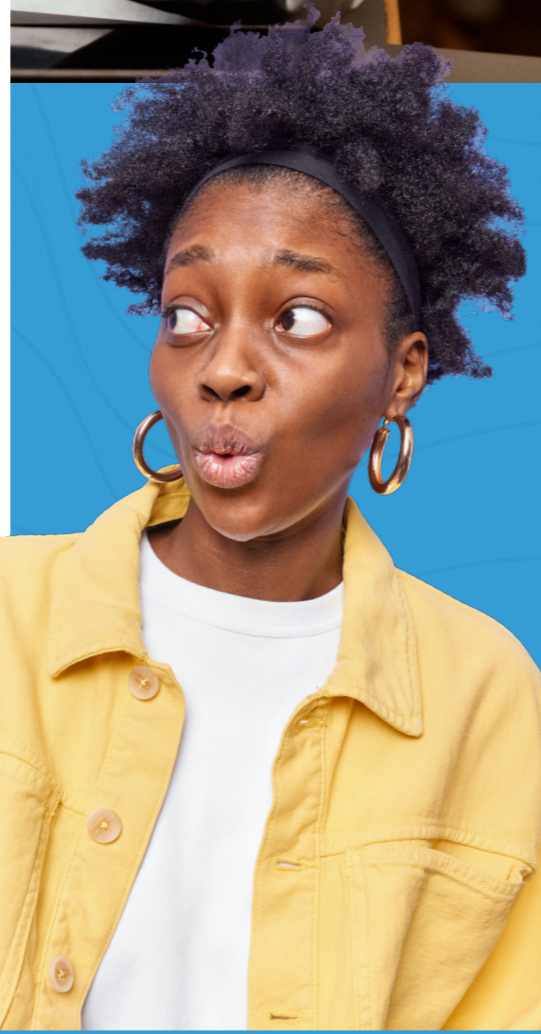
Récépissé : 010/20/MID/DBZV/SG/DDAT/SR



OBJECTIF GÉNÉRAL

Équiper les participants des connaissances et compétences pour appréhender les concepts de la communication d'entreprise et du marketing. L'objectif est de les guider dans le développement de stratégies efficaces visant à promouvoir avec succès une entreprise, un produit ou un service.

DURÉE DU PROGRAMME : 6 MOIS (24 SEMAINES)



SEMAINES 1 - 2 : INTRODUCTION GÉNÉRALE

- Concepts fondamentaux de la communication d'entreprise et du marketing
- Évolution des stratégies de communication et de marketing
- L'importance de la communication et du marketing dans le succès d'une entreprise
- Analyse de cas d'entreprises réussies dans la communication et le marketing

SEMAINES 3 - 4 : INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LE MARKETING

- Fondamentaux de l'intelligence artificielle (IA)
- Applications de l'IA dans le marketing et la communication
- Automatisation des processus marketing (cours très technique)
- Les Intelligences artificielles pour automatiser des tâches de communication.

SEMAINES 5 - 6 : STRATÉGIE DE COMMUNICATION D'ENTREPRISE

- Élaboration d'une stratégie de communication d'entreprise efficace
- Identification des publics cibles et définition des messages clés
- Choix des canaux de communication appropriés (médias traditionnels, numériques, réseaux sociaux, etc.)
- Évaluation et mesure de l'efficacité des actions de communication

SEMAINES 7 - 8 : BRANDING ET GESTION DE L'IMAGE DE MARQUE

- Importance du branding dans la communication d'entreprise
- Création d'une identité visuelle forte et cohérente
- Gestion de la réputation et de l'image de marque
- Utilisation des médias sociaux pour renforcer la marque

SEMAINES 9 - 10 : MARKETING STRATÉGIQUE

- Introduction au marketing stratégique
- Analyse de marché et segmentation des clients
- Positionnement de l'entreprise, du produit ou du service sur le marché
- Développement d'une stratégie marketing efficace

SEMAINES 10 - 11 : MARKETING MIX

- Les 4P du marketing : produit, prix, distribution et promotion
- Développement de produits et gestion de portefeuille
- Stratégies de tarification
- Canaux de distribution et logistique

SEMAINES 12 - 13 : MARKETING DIGITAL

- Introduction au marketing digital
- Utilisation des outils de marketing en ligne (site web, moteurs de recherche, publicité en ligne, marketing par e-mail, etc.)
- Optimisation du référencement (SEO) et marketing des médias sociaux
- Analyse des données et suivi des performances en ligne

SEMAINES 14 - 15 : VENTE ET STRATÉGIES DE VENTE

- Concepts de base en vente
- Techniques de vente efficaces
- Gestion de la relation client (CRM)
- Stratégies de fidélisation de la clientèle