

## DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION INTERNE FÉDÉRATRICE

Fiche CO12TER

[S'inscrire](#)



6-7-8 avril 2026

URIOPSS IDF

3 jours (21 heures) + REX ½ journée

(3.30 heures) à un mois en option

Adhérents : 950 euros + 160 euros pour option

### Objectifs pédagogiques

- Accompagner les participants à structurer une communication interne claire, mobilisatrice et cohérente, capable de renforcer l'engagement, la cohésion et le sentiment d'appartenance des équipes, tout en intégrant des outils concrets : manifeste de marque, totem/mascotte, journal interne et espaces dédiés.

#### • COMPÉTENCES VISÉES

- 1. Analyser sa communication interne.
- 2. Définir des messages internes structurants.
- 3. Créer des rituels fédérateurs.
- 4. Déployer des outils internes : manifeste, totem/mascotte, journal interne, espaces dédiés.
- 5. Construire un plan interne sur 12 mois.
- 6. Piloter les actions internes.

### Programme

#### Jour 1 – Comprendre les enjeux &

#### diagnostiquer sa communication interne

- Comprendre les rôles et bénéfices de la communication interne.
- Identifier les attentes et besoins internes.
- Réaliser un diagnostic précis.
- Enjeux : engagement, reconnaissance, cohésion.
- Types de communication interne.
- Diagnostic : forces, irritants, circuits informels.

#### - Apports illustrés.

- Atelier diagnostic.
- Travail individuel + binômes.
- Diagnostic rempli.
- Analyse orale.

#### Jour 2 – Construire une stratégie interne fédératrice

- Définir les objectifs internes.
- Identifier les publics internes.
- Structurer les messages internes.
- Découvrir les outils fédérateurs.
- Objectifs internes.
- Messages internes.

- Outils : manifeste, totem/mascotte, journal interne, espaces dédiés.
- Identification des rituels internes.
- Études de cas.
- Atelier messages + outils.
- Travail manifeste.
- Quiz.
- Restitution messages & outils.

#### Jour 3 – Construire et déployer son plan de communication interne

- Concevoir un plan interne sur 12 mois.
- Définir rituels, outils, circuits.
- Construire ou amorcer les outils.
- Définir les indicateurs internes.
- Structure d'un plan interne.
- Focus outils : manifeste, totem, journal, espace dédié.
- Indicateurs : engagement, participation, retours.
- Atelier fil rouge.
- Coaching individuel.
- Travaux appliqués.
- Plan finalisé.
- Évaluation finale.

### Public

Directions, responsables communication, encadrants du secteur sanitaire, social et médico-social.

### Pré-requis

Pas de pré-requis

### Modalités et délais d'accès à la formation

Inscription via le formulaire en ligne jusqu'à deux semaines avant la formation, deux jours si la formation est confirmée, sous réserve de places disponibles. La formation se tient à partir de 3 participants inscrits, avec une capacité maximum de 15 participants.

Pour les personnes en situation de handicap, l'Uriopss IDF a la possibilité d'adapter, dans la mesure du possible, les conditions d'accueil ainsi que le contenu de la formation en fonction du handicap

### Méthodes pédagogiques mobilisées

#### Méthode active

- Supports projetés.
- Fiches outils : diagnostic, messages internes, plan interne, modèle de manifeste.
- Travaux individuels.
- Ateliers créatifs.
- Accompagnement individuel.

### Intervenante

Oriane Audéoud – Experte en stratégie de marque et communication, dirigeante de l'agence Galanga, collaboratrice de l'URIOPSS IDF.

### Méthodes et modalités d'évaluation

Évaluation des acquis en cours de formation par des études de cas.

Évaluation de la satisfaction stagiaire par la remise d'un questionnaire d'évaluation en fin de formation.

Cette formation est également réalisable en intra, dans vos locaux.

V2 08-2025