

# maîtriser la communication au cours d'un projet

Savoir conduire un projet est une chose. En maîtriser la communication, une autre...

DUREE

1 jour

## **OBJECTIFS**

Cerner les besoins en communication des différentes parties prenantes du projet.
 Elaborer une stratégie et des outils de communication

adaptés aux différentes étapes du projet.

chef d'entreprises, cadres, managers, techniciens...

**PUBLIC** 

Pré requis

rie requis

Savoir conduire un projet ou une maîtrise d'ouvrage

#### **EVALUATION**

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.
Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

#### **PEDAGOGIE**

La méthode pédagogique s'appuie en partant du vécu et des expériences de chaque participant.

Travail interactif de réflexions et d'application. Exercices, brainstorming, exposés.

Apport méthodologique.

#### **INTERVENANTS**

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier : sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

#### **TARIFS**

Inter-entreprises à Paris, Intra-muros en France entière : les tarifs sont disponibles en bas de la page internet du dit programme

Vidéo de présentation



#### **PROGRAMME**

Introduction: Qu'est ce qu'un projet?

Cadrage du projet :

Définir les principes de communication interne

La tâche de chef de projet : méthode « CPS »
Documents, conduite de réunion, informatique...
la planification initiale du projet
Aspects psychologiques du projet
Tâches et ressources

Management du projet : communiquer l'intérêt au travail Coordination interne

Coordination fonctionnelle
Communiquer la Relation « client-fournisseur »
Communiquer avec l'équipe de projet

### Définir les principes de communication externe

Communiquer l'analyse de risque de projet.

Communication de l'information et de la promotion auprès des clients et des utilisateurs directs

Conclusions