



# Elaborer sa Stratégie de Communication Institutionnelle

Lien :

<https://maroc-performance.com/formation/elaborer-sa-strategie-de-communication-institutionnelle>

 DURÉE  
**2 jours (14h)**

 RÉFÉRENCE  
**CF34**

 CATÉGORIE  
**Stratégie de  
Communication et  
Pilotage**

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Maîtriser la communication institutionnelle
- ✓ Définir et piloter l'identité de l'entreprise
- ✓ Valoriser et maîtriser l'image de sa "marque entreprise"
- ✓ Concevoir une stratégie de communication institutionnelle

## POUR QUI ?

- ✓ Responsables de communication
- ✓ Chargés de communication



## Programme détaillé

### 1 / La communication institutionnelle : concepts

- Les enjeux de la communication institutionnelle
- Qu'est-ce que la communication institutionnelle ? Qu'est-ce que cela englobe ?
- Connaître les spécificités de la communication institutionnelle
- Définir une stratégie globale pour soutenir les communications opérationnelles
- Coordonner les communications de l'entreprise
- Anticiper les situations de crise
- Trouver l'adéquation entre les valeurs de l'entreprise et les attentes de la société

### 2 / L'identité institutionnelle ou corporate

- Définir des valeurs cohérentes avec l'identité et porteuses de sens
- Définir le prisme d'identité de l'entreprise ou de l'institution
- Choisir un positionnement clair et différenciant, l'exprimer dans une signature corporate
- Définir des attributs d'image et choisir un territoire d'image crédible et différenciant
- Concevoir et formaliser son discours : crédo, vocation, ambition, ancrage et bénéfice

### 3 / La communication de crise : une communication spécifique

- La typologie des crises
- Quelle stratégie pour quelle crise ?
- Comment bâtir une plate-forme de « marque entreprise »
- Définir le prisme d'identité de l'entreprise : physique, caractère, imaginaire, relation
- Choisir un positionnement de marque clair et différenciant, l'exprimer dans une signature corporate

- Définir des attributs d'image et choisir un territoire d'image crédible et différenciant
- Concevoir et formaliser son discours de « marque-entreprise » : crédo, vocation, ambition, ancrage et bénéfice

#### 4 / Concevoir un référentiel d'identité différenciant

- Traduire l'image voulue dans le ton et le style de ses communications
- Choisir un code typographique, iconographique et sémantique
- Faire évoluer son logo conformément à l'image voulue
- Formaliser l'ensemble de ces outils dans un référentiel d'identité

#### 6 / Mettre en place une stratégie de communication institutionnelle

- Qualifier les cibles institutionnelles
- Choisir un champ de communication : développement durable, éthique, environnement
- Les principaux moyens de la communication institutionnelle
- Développer la communication de proximité et dialoguer avec les réseaux sociaux, veiller à sa e-reputation

### Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

### Prochaines dates programmées

 26 au 27 Nov. 2026

 Distanciel

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

---

## 🔄 Réservation & Renseignements

📞 **Téléphone** : +212 522 247 210

✉️ **Email** : [contact@maroc-performance.com](mailto:contact@maroc-performance.com)

🌐 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>

---

Document généré le 13/10/2026 — Réf : CF34

Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance