

Module 10 : Méthode de création d'une communication environnementale irréprochable et convaincante



Une communication environnementale irréprochable n'existe pas! Il est par contre possible de mettre en place une méthode pour créer une communication environnementale qui tende vers l'irréprochabilité. En parallèle, il sera important de convaincre pour vendre un produit ou service moins impactant à la place d'un autre.

PRÉ-REQUIS

- Pas de pré-requis

NOMBRE MAXIMUM DE PARTICIPANTS

- 12 personnes

DURÉE

- 2h30 de formation

OBJECTIFS

- Définir les principales étapes pour réussir la création d'une communication environnementale
- Identifier parmi des pratiques de communication, les pièges à éviter et les actions à réaliser pour réussir sa communication environnementale

PUBLIC CONCERNÉ

- Directeur, responsable produit, designer, responsable marketing, responsable environnement, responsable R&D, responsable achats/ sourcing/ logistique, responsable production, ingénieur bureau d'études, animateur réseau d'entreprise, consultant, référent RSE, référent économie circulaire

MODALITÉ D'ÉVALUATION

- **Questionnaire de positionnement**, évaluation des attentes préformation.
- **Questionnaire d'évaluation** des compétences acquises par les participants, le jour de la session et en fin de formation.
- **Questionnaire de satisfaction**, évaluation du feedback des participants, envoyé après la formation.



Itinéraire Pédagogique

Partie 1 : Introduction

- L'importance de la structuration de la communication environnementale

Partie 2 : Sélectionner les axes de communication

- Définir les sujets pertinents, les points positifs et négatifs
- Identifier la perception et les centres d'intérêts de la ou des cibles.
- Faire l'état des lieux des possibilités de communication existantes
- Cadrer la communication environnementale

Partie 3 : Construire la communication environnementale

- Définir le premier niveau de communication pour intéresser.
- S'appuyer sur des modes de preuves robustes en dernier niveau.
- Organiser sa communication pour tout dire sans trop alourdir
- Manager la communication environnementale

Partie 4 : les 4 grands pièges à éviter

- Ne pas se comparer par peur
- Ne pas prendre en compte la perception des cibles
- Ne pas communiquer par manque de chiffres
- Utiliser des discours négatifs

Partie 5 : Évaluation des acquis

