

Lobbying et communication d'influence

Quels sont les leviers d'une stratégie d'influence réussie?

Dates de sessions : <ul style="list-style-type: none">• Du 06/04/2023 au 07/04/2023• Du 08/06/2023 au 09/06/2023• Du 26/10/2023 au 27/10/2023• Du 14/12/2023 au 15/12/2023	Lieu : Paris Prix : 1980€ HT
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------

Objectifs de la formation

- Décrypter l'environnement de la prise de décision publique et identifier les acteurs clés
- Construire son action dans une communication fondée sur la définition de messages pertinents et la maîtrise du calendrier de la décision publique
- Planifier les différentes étapes de la construction d'une stratégie d'influence : méthodologie, calendrier, principaux outils

Public visé

- Cadre dirigeant
- Directeur commercial
- Directeur des Relations Extérieures
- Directeur des Relations institutionnelles
- Directeur et responsable de la communication
- Directeur général
- Membre du COMEX/CODIR

Prérequis

- Occuper des fonctions de représentation de son institution, voire potentiellement être exposé à des situations de crise
- Être potentiellement confronté à des influenceurs et être amené à décrypter leurs actions

Jour I

09:00:00 - 09:30 Introduction

- Présentation des participants, des besoins, rappels des objectifs et auto positionnement

09:30 - 11:00 Lobbying, affaires publiques, influence... De quoi parle-t-on ?

- L'exigence de transparence : éthique et contexte réglementaire
- Qui peut faire de l'influence ?

Méthodes d'animation : cas pratique à partir d'un dossier d'actualité.

11:00 - 12:30 L'influence : au commencement sont la plateforme de marque et la bonne information

Parler exige de savoir au nom de qui on parle et de connaître parfaitement les messages, les valeurs et la situation de son institution. Comment être identifié ?

- Qu'est-ce qui la différencie dans sa sphère ? Quelle est sa raison d'être ?

Parler exige de disposer de l'information et de prendre le temps de l'analyse et du décryptage

- Les outils de veille à mettre en œuvre

Méthode d'animation : cas pratique portant sur l'identité de votre organisation

12:30 - 14:00 Déjeuner networking

14:00 - 16:00 Identifier les parties prenantes pour interagir avec elles à bon escient

- Qu'est-ce qu'une partie prenante ? Comment l'identifier pour interagir avec elle ?
- Qui sont les acteurs de la décision ? Quelles sont leurs caractéristiques ? Pourquoi prendre en compte le "soft power" ?

Méthodes d'animation : cas pratique permettant d'effectuer une cartographie des parties prenantes sur des sujets d'actualité.

Cet exercice permet au formateur d'évaluer le niveau de compréhension des participants sur l'environnement de la prise de décision publique et des acteurs clés.

16:00 - 16:45 Connaître les processus de décision publique pour maîtriser le calendrier

- Parcours d'une loi ou d'une norme
- Les différents niveaux de décision
- Les moments-clés pour agir
- Le nouveau contexte lié au numérique.

17:15 - 17:30 Conclusion

Evaluation de la journée à chaud, débriefing collectif.

Jour 2

09:00 - 09:30 Introduction

- Point sur la première journée de formation
- Retour sur les notions abordées la veille et sessions de questions/réponses

09:30 - 11:00 Concevoir et faire passer un discours impactant

- Définir ses attentes et identifier les risques
- Avoir une position déterminée, claire et accessible
- Définir ses messages par cible, ses arguments et contre-arguments
- Construire un message facilement mémorisable et le transmettre en toute circonstance

Méthodes d'animation : jeux de rôle permettant de construire et porter son message à l'attention du décideur public.

Cette activité permet au formateur d'apprécier que les participants sont capables de construire une action de communication adaptée.

11:00 - 12:00 Concevoir et faire passer un message impactant (suite)

- Quelles situations créer pour faire passer ces messages ? Vœux, colloques, relations presse suivies, constitution d'un réseau et d'un carnet d'adresses...
- Ces actions sont-elles toujours valables à l'ère de la transparence et de la complexité de la décision ?

Méthode d'animation : décryptage media de différentes actualités

12:00 - 12:30 Focus sur un moment stratégique de l'influence : la période de crise pour son institution

Méthode d'animation : exposé participatif

12:30 - 14:00 Déjeuner networking

14:00 - 17:00 Développement d'une stratégie d'influence dans le cadre des élections présidentielles et législatives

Méthode d'animation : cas pratique permettant la co-construction/application des principes de la formation à une situation réelle.

Cet exercice permet au formateur d'évaluer que les participants sont en mesure de planifier les différentes étapes de la construction d'une stratégie d'influence.

17:00 - 17:30 Conclusion

Évaluation de la formation à chaud, débriefing collectif, auto évaluation de de l'atteinte des objectifs et de sa propre progression.

Intervenantes

Claire BÉVIERRE

Diplômée de Sciences Po Paris, elle commence sa carrière dans la Mairie du 6ème arrondissement de Paris, comme Directrice du cabinet du Maire.

Elle a été pendant 3 ans (2010-2012) chef de cabinet au Service d'information du Gouvernement (Matignon) en charge notamment de la communication de crise, des relations de presse, du mediatraining et des relations avec les cabinets ministériels.

Elle exerce maintenant en indépendante son activité de consultante et formatrice en communication et affaires publiques.

Laure LIMOUSIN

Après un M2 de droit à Paris 2, Laure Limousin se forme aux affaires européennes à Sciences Po Paris.

Elle développe son expertise au sein du cabinet du cabinet de la Secrétaire d'Etat à la politique de la Ville puis du Président du Conseil économique, social et environnemental européen.

Aujourd'hui elle travaille pour la direction des affaires publiques d'une grande entreprise publique.

Elle a écrit plusieurs ouvrages dont: « Les métiers du lobbying et des affaires publiques » (Ellipses) et la « Construction européenne: histoire et avenir d'une Europe des peuples » (L'Harmattan)

Les plus de la formation

- Boite à outil opérationnelle fournie
- Méthodes d'animation originales
- Nombreux cas pratiques
- Déjeuner networking inclus
- Expertise des intervenants