

Durée : 2 Jours.

Public :

Chargés de relations institutionnelles, affaires publiques ou communication. Responsables des relations avec les élus, administrations ou institutions. Dernière MAJ : Avril 2024

Objectifs :

Former les participants aux techniques avancées de lobbying territorial pour convaincre efficacement les parties prenantes de l'intérêt des propositions, de l'expérience et de l'expertise de son entreprise en tenant compte du contexte local (politique, économique, et social).

Pré-requis :

Avoir une première expérience dans les domaines des affaires publiques, de la communication ou de la gestion de projets stratégiques.

Méthodes :

Apports de connaissances, de méthodes, Cas pratiques et échanges entre les participants pour partager la variété des situations rencontrées.

Évaluation :

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec des objectifs acquis ou non par le stagiaire

Dernière MAJ : Avril 2024

Introduction au lobbying territorial

Définition du lobbying territorial.

Rôle et importance du lobbying dans le contexte actuel.

Savoir analyser le contexte local

Analyse du contexte politique, économique, social, et environnemental.

Identification des enjeux et des acteurs clés.

Sensibilisation aux apports du lobbying

Étude de cas sur les succès du lobbying.

Sensibilisation aux avantages d'un lobbying bien ciblé.

Élaborer une stratégie d'influence

Étapes clés de la préparation d'une stratégie.

Identification des objectifs et des cibles.

Élaboration d'un plan d'actions

Travail sur le positionnement et les arguments

Développer des arguments convaincants.

Positionner son entreprise dans le contexte local.

Identification des parties prenantes

Méthodes pour identifier les parties prenantes.

Catégorisation des parties prenantes (favorables, neutres, opposantes).

Gestion des parties prenantes

Comprendre le fonctionnement et les contraintes des parties prenantes.

? Techniques de communication et de négociation.

Sensibilisation aux apports du lobbying

Étude de cas sur les succès du lobbying.

Sensibilisation aux avantages d'un lobbying bien ciblé.

Conciliation des intérêts

Approche de la conciliation des intérêts locaux avec les intérêts de son entreprise

Respect de la déontologie

Étude de cas et exercices pratiques

Exercices pratiques et études de cas

Mise en pratique des compétences acquises.

Analyse de cas concrets de lobbying territorial.

Conclusion et évaluation

Bilan de la formation.