



Communication de l'impact social pour entreprises

Lien : <https://innov-maroc.com/formation/communication-de-limpact-social-pour-entreprises>

 DURÉE
5 jours (35h)

 RÉFÉRENCE
COM199

 CATÉGORIE
**Communication RSE,
ESG et Développement
Durable**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- ✓ Comprendre les principes de la communication de l'impact social en entreprise
- ✓ Identifier et structurer les initiatives sociales créatrices de valeur
- ✓ Définir des indicateurs permettant de mesurer et démontrer l'impact
- ✓ Transformer les résultats sociaux en messages clairs, crédibles et accessibles
- ✓ Construire une stratégie de communication adaptée aux différentes parties prenantes
- ✓ Maîtriser les techniques de storytelling appliquées à l'impact social
- ✓ Concevoir des contenus permettant de valoriser les résultats et témoignages
- ✓ Intégrer l'impact social dans la communication interne, institutionnelle et commerciale
- ✓ Prévenir les risques de Social Washing et renforcer la crédibilité des communications
- ✓ Mesurer et optimiser la performance de la communication d'impact social

POUR QUI ?

- ✓ Directeurs Communication et responsables Communication
- ✓ Responsables RSE / ESG et développement durable
- ✓ Responsables Impact Social
- ✓ Responsables Affaires Publiques et Relations Institutionnelles
- ✓ Responsables Marketing et Brand Managers
- ✓ Community Managers et Social Media Managers
- ✓ Responsables Communication Interne
- ✓ Responsables Fondation d'entreprise et mécénat
- ✓ Responsables RH et Engagement Collaborateurs
- ✓ Responsables Relations avec les parties prenantes
- ✓ Consultants RSE, ESG et stratégie d'impact
- ✓ Dirigeants et managers souhaitant valoriser de manière crédible l'impact social de leur entreprise



Programme détaillé

1 / Comprendre les enjeux de la communication de l'impact social

- Définir l'impact social et ses différentes dimensions
- Comprendre les attentes des clients, collaborateurs, investisseurs et partenaires
- Identifier le rôle de la communication dans la valorisation de l'impact

2 / Identifier et structurer les actions à impact

- Cartographier les initiatives sociales de l'entreprise
- Identifier les bénéficiaires, parties prenantes et territoires concernés
- Relier les actions sociales aux objectifs stratégiques de l'organisation

3 / Mesurer et documenter l'impact social

- Définir des indicateurs qualitatifs et quantitatifs
- Mesurer résultats, bénéficiaires, effets et changements générés
- Structurer les données nécessaires à une communication crédible

4 / Construire une stratégie de communication d'impact

- Définir les objectifs, audiences, messages et canaux
- Adapter la communication aux différentes parties prenantes
- Construire une stratégie cohérente entre communication interne et externe

5 / Raconter l'impact à travers le Storytelling

- Transformer les données d'impact en récits compréhensibles
- Mettre en valeur les bénéficiaires et les changements réellement observés
- Utiliser témoignages, études de cas et récits de terrain

6 / Produire des contenus d'impact

- Concevoir rapports, présentations, vidéos, articles et contenus digitaux
- Valoriser les résultats sans exagération ni promesses non démontrées
- Utiliser infographies et visualisations pour rendre l'impact accessible

7 / Communiquer auprès des collaborateurs

- Mobiliser les salariés autour des engagements sociaux
- Valoriser leur participation aux initiatives d'impact
- Développer une culture interne orientée responsabilité et engagement

8 / Communiquer auprès des clients et partenaires

- Démontrer concrètement la valeur sociale créée par l'entreprise
- Intégrer l'impact social dans les propositions commerciales et partenariats
- Adapter les messages aux attentes des différentes parties prenantes

9 / Prévenir le Social Washing et sécuriser les communications

- Distinguer communication d'impact et communication opportuniste
- Vérifier la traçabilité et la crédibilité des affirmations
- Mettre en place un processus de validation des contenus sensibles

10 / Piloter la performance de la communication d'impact

- Définir les KPI de visibilité, engagement, confiance et influence
- Mesurer la perception des parties prenantes

- Améliorer continuellement la stratégie sur la base des résultats obtenus

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 30 Oct. 2026

 Présentiel - Casablanca

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

Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : contact@innov-maroc.com

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

Document généré le 12/10/2026 — Réf : COM199

INNOV MAROC — Tous droits réservés