

STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB

Objectifs pédagogiques

- Connaître les fondamentaux de la communication
- Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée
- Rédiger pour mieux délivrer son message
- Concevoir ses premiers outils de communication digitale.

Programme de la formation

1^{ère} PARTIE : Jour 1

Les fondamentaux de la communication

Définir ses objectifs et son message

- Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
- Dans quel but ? Ventas, image, conquête, différenciation, fidélisation
- Pour délivrer quel message ?
- Quels sont les points forts et le caractère distinctif de mon entreprise ?

Quelles documentations pour quelles cibles ?

- Print, Web et Digital selon ses objectifs
- Les documentations Print
- Avantages, inconvénients, limites
- Les points à surveiller : la typologie, la mise en page, la psychologie des formes et des couleurs
- Le vocabulaire graphique et les termes techniques des interlocuteurs de la chaîne graphique
- Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et promotion des produits ou services
- Choix des visuels, témoignages et citations : le cadre réglementaire.

2^{ème} PARTIE : Jour 2

Les fondamentaux de la communication (Suite)

Les documentations Web et Digitales

- Avantages, inconvénients, limites
- Évolution vers la digitalisation des supports : cas des tablettes et des écrans
- Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes
- Développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du Web et des outils de consultation (tablettes, smartphones)
- Enrichir le contenu par les visuels et effets spéciaux : animation, son, vidéo
- Règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux

Rédiger les textes

- S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite
- Apprendre à écrire court

Informations :

Public Visé :

Dirigeants d'entreprises (et/ou leurs conjoint collaborateur), non-salariés ou assimilés.
Demandeurs d'emploi.

Prérequis : Aucun

Durée : 21 heures

Limite d'effectif : 3 à 8 stagiaires.

Format : Présentiel en 2+2 jours (en fonction des contraintes du/des clients).

Certification : Attestation de fin de formation.

Lieu :

BM Formation, 5 rue de Conflans, Charenton-le pont 94220 ou en Entreprise.

Dates : 15-17 avril, 14-16 mai, 11-13 juin, 9-11 juil, 10-12 sept, 8-10 oct, 12-14 nov, 10-12 dec (possibilité d'ajouter des sessions en fonction de la demande).

Méthodes pédagogiques

- La formation est abordée de façon pratique avec des exercices directement liés aux besoins du (des) stagiaire(s),
- Echange entre l'intervenant et les stagiaires,
- Questions/réponses,
- Exercice récapitulatif en fin de formation.

Intervenant

Consultant en Marketing & Communication.

Moyens pédagogiques

Ordinateur PC – Vidéoprojecteur, Paperboard, Supports de Cours imprimés et/ou numérisés.

Dispositif de suivi d'exécution du programme et d'appréciation des résultats

- Support de formation (format PDF),
- Feuille d'émargement,
- Exercice / quiz d'évaluation de compréhension en fin de chaque formation,
- Attestation individuelle de fin de formation.

Répartition du temps entre théorie et exercices pratiques
30% - 70%

Niveau obtenu

A l'issue de la formation, le stagiaire aura :

- une bonne connaissance des fondamentaux de la communication,
- conçu la stratégie de communication digitale pour son entreprise.

Points forts / Les plus de cette formation

Formation en petit groupe, axée sur la pratique, basée sur des exemples concrets proposés par le(s) stagiaire(s).

STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB

- Créer des niveaux de lecture
- Mettre en valeur le texte
- Optimiser l'impact des mots et des images en Print, Web ou Digital
- Argumenter en « bénéfiques clients »
- Choix des messages : se distinguer de la concurrence

3^{ème} PARTIE : Jour 3

Concevoir votre infolettre (newsletter)

Diffuser une newsletter (infolettre) électronique

- Analyse et typologie des newsletters
- Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter
- Repérer les solutions techniques et choisir la solution la plus adaptée aux besoins identifiés:
 - ❖ Publipostage avec les outils bureautiques
 - ❖ Logiciels dédiés
 - ❖ Prestataires spécialisés
- Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LCEN)

Concevoir et réaliser votre newsletter

- Choisir les messages clés à communiquer
- Structurer le contenu de la lettre
- Concevoir la maquette
- Définir la charte graphique
- Bien utiliser la couleur

Enrichir la newsletter

- Ajouter des liens hypertexte
- Illustrer la newsletter avec des photos
- Intégrer les contraintes d'affichage des images
- Veiller à la mise en page et à l'ergonomie

Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture

- Définir des champs d'en-tête pertinents :
 - ❖ expéditeur
 - ❖ objet

Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam)

Mesurer l'efficacité : bounced, taux d'ouverture et taux de clic