

Connaître les fondamentaux de la communication .



PROGRAMME

- Les fondamentaux de la communication
- Définir ses objectifs et son message
- Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
 - Dans quel but ? Ventes, 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.
- 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
 - Créer des niveaux de lecture
 - Mettre en valeur le texte
- 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

Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée -
Rédiger pour mieux délivrer son message -
Concevoir ses premiers outils de communication - Appréhender les réseaux sociaux - Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation



4 JOURS
(soit 28 heures)



Sessions à planifier selon la demande.



Prérequis :
Ressortissants AGEFICE.
Public : Dirigeants, chefs d'entreprise.



2 options :
● Intra-entreprise
● Technopole Hélioparc



Évaluation de la formation par le stagiaire.



MÉTHODE

MÉTHODE PARTICIPATIVE ET INTERACTIVE.

PÉDAGOGIE

INCITER LES APPRENANTS À TROUVER, STRUCTURER ET ÉNONCER EUX-MÊMES DES PHRASES ET INSTAURER DU DIALOGUE ORAL ET DE LA MISE EN SITUATION GRÂCE À DES EXERCICES ET APPLICATIONS.



PROGRAMME

- 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.
- 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
- Réseaux sociaux
 - Présentation
 - Définitions
 - L'utilisateur: acteur des réseaux sociaux
 - Les différents grands réseaux sociaux : Facebook / Twitter / LinkedIn / Viadeo / Pinterest / Tumblr /...
 - Présentation et sélection des outils
 - Création et valorisation de profil
 - Bonnes pratiques et utilisation contrôlée : Profil / Recommandations / Mise en relation
- Référencement Internet & E-Réputation -
 - Définition
 - Moteurs de recherche, annuaires, annuaires de recherche, métamoteurs, moteurs de moteurs de recherche o
 - Sites référents -
 - Distinction indexation-référencement-positionnement -
 - Bonnes pratiques de référencement naturel
 - Choix de « mots clefs »
 - Url, Balises, Densité, Organisation des contenus, liens internes, liens externes
 - Contacts, recommandations, commentaires, annonces et actualités o Lexique (Trustrank, PageRank, Sandbox...) - Techniques de référencement payant
 - Outils de référencement
 - Google : Adresse, /Shopping, / Images, / Adwords, / Pénalités
 - Google - Analyse et outils
- Les différents types de présence sur Internet / Entre référencement et E-Réputation
 - Site Internet / Moteurs de recherche /Réseaux sociaux / Blogs / Wiki & Espaces collaboratifs - Flux - Fora professionnels - Réseaux de partage de contenus (YouTube, Slideshare ...)
- Notion de E-Réputation

Définitions | Visibilité / E-Réputation | Identité numérique | Personnel-Pro Branding

Les différents types de présence : Risques / Contexte juridique / Droit de l'internet / Obligations professionnelles (Auteur, Editeur, Hébergeur) / Droit des personnes / Propriété intellectuelle / Droit de la concurrence / Droit de la Presse

Sources d'influence, acteurs et lieux d'expression

Distinction Vie privée / Vie Professionnelle & E-Réputation

Méthodes ou outils de veille

Se créer une identité numérique & la valoriser : Veille / Effacer ses traces / Se renseigner sur ses interlocuteurs o Situations de crise et possibilités d'intervention



Connaître les fondamentaux de la communication



4 JOURS
(soit 28 heures)



Sessions à planifier selon la demande.



Prérequis :
Ressortissants AGEFICE.
Public : Dirigeants, chefs d'entreprise.



2 options :

- Intra-entreprise
- Technopole Hélioparc



Évaluation de la formation par le stagiaire.



MÉTHODE

MÉTHODE PARTICIPATIVE ET INTERACTIVE.

PÉDAGOGIE

INCITER LES APPRENANTS À TROUVER, STRUCTURER ET ÉNONCER EUX-MÊMES DES PHRASES ET INSTAURER DU DIALOGUE ORAL ET DE LA MISE EN SITUATION GRÂCE À DES EXERCICES ET APPLICATIONS.