

PROGRAMME PEDAGOGIQUE

MDD MARKETING ET COMMUNICATION **MODULE 5 : STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB**

1. OBJECTIFS DE LA FORMATION

- 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
- Appréhender les réseaux sociaux
- Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation

2. PUBLIC ET PRE-REQUIS

Public concerné : Tous publics

Prérequis : *Cette formation nécessite la connaissance des fonctionnalités de base de Windows et internet*

3. MOYENS PEDAGOGIQUES, TECHNIQUES & D'ENCADREMENT

Utilisation d'un Power Point et d'un PC.

La formation est essentiellement concrète, pratique et tout public; elle est axée sur la prise de conscience et la mise en situation.

Les exercices de mise en pratique sont réalisés par un formateur - acteur, puis par les collaborateurs. Ils s'inspirent des situations et problèmes rencontrés par les participants dans leur pratique professionnelle. Les exercices sont de difficulté croissante.

4. SUPPORTS PEDAGOGIQUES

Un fascicule récapitulatif est remis à chaque stagiaire pour chaque thème et chaque module de formation.

5. DUREE ET EFFECTIF

Durée totale : 28 h de formation réparties sur 4 journée(s) de 7h

Effectif : **8 personnes maximum.**

6. FORMATEUR :

La formation est réalisée en groupe ou en individuel par un formateur-acteur professionnel de façon à vous garantir un environnement d'apprentissage concret et réaliste.

7. MODALITES PEDAGOGIQUES

Sessions collectives : alternance d'apports théoriques et d'exercices d'application

8. MODALITES D'EVALUATION

- Questions/Réponses.
- Questionnaire d'évaluation de la formation
- Attestation d'assiduité de fin de formation
- Enquête de satisfaction

MODULE 5 : STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB

9. PROGRAMME

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.
- 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

MODULE 5 : STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB

- 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
 - 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
- 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

MODULE 5 : STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB

- 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
 - Foursquare
 - ...
- Présentation et sélection des outils
- Création et valorisation de profil
- Bonnes pratiques et utilisation contrôlée
 - Profil
 - Recommandations
 - Mise en relation

MODULE 5 : STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB

Référencement Internet & E-Réputation

- Définition
 - Moteurs de recherche, annuaires, annuaires de recherche, métamoteurs, moteurs de moteurs de recherche
 - 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
 - Lexique (Trustrank, PageRank, Sandbox...)
- Techniques de référencement payant
- Outils de référencement
- Google :
 - Adresse,
 - Shopping,
 - Images,
 - Adwords,
 - Pénalités Google
- Analyse et outils

MODULE 5 : STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB

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 d'E-Réputation

- Définitions | Visibilité / E-Réputation | Identité numérique | Personal-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

MODULE 5 : STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB

- Méthodes ou outils de veille
 - Se créer une identité numérique & la valoriser
 - Veille
 - Effacer ses traces
 - Se renseigner sur ses interlocuteurs
 - Situations de crise et possibilités d'intervention

10. OUTILS PEDAGOGIQUES

- Mode opératoire – Méthode AIDA
- Support pédagogique

SOLUTIAL FORMATION - S.A.S CONSEILS EN DEVELOPPEMENT

12 BIS AVENUE JEAN FOUCAULT 34500 BEZIERS - 04 30 17 40 40 - CONTACT@SOLUTIALFORMATION.FR - WWW.SOLUTIAL.FR

NUMERO DE DECLARATION D'ACTIVITE DE PRESTATAIRE DE FORMATION : 91 34 07971 34

CONVENTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE

(ARTICLES L. 6353-1 ET L.6353-2 DU CODE DU TRAVAIL)

Entre les soussignés :

SOLUTIAL FORMATION - S.A.S CONSEILS EN DEVELOPPEMENT

12 bis avenue Jean Foucault 34500 Béziers

Siret : 794 711 267 00029 RCS : BEZIERS Code APE : 8559 A

Représentée par : Elsa Gourbeille.

D'une part,

Et

.....

.....

Siret : Code APE :

Représentée par :

D'autre part,

Est conclue la convention suivante, en application des dispositions du Livre IX du Code du travail portant organisation de la formation professionnelle continue dans le cadre de l'Éducation permanente.

A. OBJET, NATURE, DUREE ET EFFECTIF DE LA FORMATION

L'action de formation doit rentrer dans l'une ou l'autre des catégories prévues à l'article L.6313-1 de la sixième partie du Code du travail.

En application de l'article L. 6353-1 du Code du travail, les actions de formation professionnelle mentionnées à l'article L. 6313-1 du Code du travail doivent être réalisées conformément à un programme pré établi qui, en fonction d'objectifs déterminés, précise les moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement mis en œuvre ainsi que les moyens permettant de suivre son exécution et d'en apprécier les résultats.

Les bénéficiaires entendent participer à la session de formation professionnelle organisée par l'organisme de formation lors d'un plan de formation sur le sujet suivant :

Intitulé de l'action de formation

Malette Du Dirigeant 2018 – Marketing et communication

M5 – Stratégie de communication et déclinaison sur le web

Les fondamentaux de la communication

Concevoir votre infolettre

Réseaux sociaux

Référencement internet & E-réputation

Le programme détaillé de l'action de formation figure en annexe de la présente convention.

Le nombre total des participants à cette session ne pourra excéder : 10 personnes

Date (s) de la session : soit Jour(s) de formation

Nombre d'heures par stagiaire : Heures

Formateur(s) :

Horaires de formation : 9h00 - 12h30 / 13h30 - 17h00

Lieu de la formation : SOLUTIAL - 12 bis avenue Jean Foucault 34500 BÉZIERS

Catégorie de l'action de formation : **Développement des compétences**

B. ENGAGEMENT DE PARTICIPATION

Le bénéficiaire s'engage à assurer sa présence aux dates, lieux et heures prévus ci-dessus.

Les stagiaires concernés sont :

.....

CONVENTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE*(ARTICLES L. 6353-1 ET L.6353-2 DU CODE DU TRAVAIL)***C. PRIX DE LA FORMATION**

Le coût de la formation, objet de la présente, s'élevé à :

- Coût unitaire H.T..... x jours(s) =	€ H.T
- TVA (ou net de taxes en cas d'exonération de TVA)	€
- TOTAL GENERAL :	€ T.T.C
- Dont contribution éventuelle des financeurs publics :	€

Cette somme couvre l'intégralité des frais engagés de l'organisme de formation pour cette session.

Les conditions de paiement : à réception de la facture par chèque.

D. MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES MIS EN OEUVRE

Sessions : alternance d'apports théoriques et d'exercices d'application : Formation en présentiel – salle équipée d'un Power Point et d'un PC.

Objet principal :

- 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
- Appréhender les réseaux sociaux
- Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation

Voir programme pédagogique complet en pièce jointe

E. MOYENS PERMETTANT D'APPRECIER LES RESULTATS DE L'ACTION

- Questionnaire d'évaluation de la formation
- Attestation d'assiduité et de fin de formation
- Enquête de satisfaction

F. SANCTION DE LA FORMATION

En application de l'article L. 6353-1 du Code du travail, une attestation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action sera remise au stagiaire à l'issue de la formation.

G. MOYENS PERMETTANT DE SUIVRE L'EXECUTION DE L'ACTION

Il est communément admis pour les stages, les feuilles de présence signées par les stagiaires et le formateur et par demi-journée de formation, l'objectif étant de justifier la réalisation de la formation.

H. NON RÉALISATION DE LA PRESTATION DE FORMATION

En application de l'article L. 6354-1 du Code du travail, il est convenu entre les signataires de la présente convention, que faute de réalisation totale ou partielle de la prestation de formation, l'organisme prestataire doit rembourser au cocontractant les sommes indûment perçues de ce fait.

La présente convention prend effet à compter de sa signature par l'entreprise

Fait à : Le :, en deux exemplaires

Pour l'organisme de formation**Pour l'entreprise** (nom et qualité du signataire)**Signature et tampon :****Signature:**

ATTESTATION D'ASSIDUITE ET DE COMPETENCES DELIVREE PAR LE FORMATEUR

Attestation établie à l'attention de :

.....
.....
Siret : Code APE :
Représentée par :

Attestation établie par :

SOLUTIAL FORMATION - S.A.S CONSEILS EN DEVELOPPEMENT
12 bis, avenue Jean Foucault 34500 Béziers.
Siret : 794 711 267 00029 RCS BEZIERS Code APE : 8559 A
Représentée par : Elsa Gourbeille.

Atteste que :

A suivi la formation intitulée : « **MDD 2018 – M5 – Stratégie de communication et déclinaison sur le web** »

Qui s'est déroulée du : au pour une durée en présentiel réalisée de heures sur une durée prévue de Heures.

Lieu d'exécution : SOLUTIAL FORMATION – 12 bis, avenue Jean Foucault – 34 500 BEZIERS

Formateur(s) :

- M5 – Stratégie de communication et déclinaison sur le web**
- Les fondamentaux de la communication
- Concevoir votre infolettre
- Réseaux sociaux
- Référencement internet & E-réputation

Résultats de l'évaluation des acquis jalonnant ou terminant la formation (examen, test, contrôle continu, etc.) :

QCM :

Test Oral :

Attestation établie à BEZIERS, le

Pour le l'organisme de formation
Signature et cachet :

Nom, prénom et qualité du signataire
Signature:

**FEUILLE D'EMARGEMENT
MDD 2018 –MARKETING ET COMMUNICATION
M5 - STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DÉCLINAISON SUR LE WEB**

Je soussigné(e) :

Agissant en tant que formateur

Au sein de l'organisme : **SOLUTIAL FORMATION**

Certifie que :

Nom du stagiaire :

A participé à la formation: MDD 2018 – M5 – STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DECLINAISON SUR LE WEB

Date(s) : du au

Durée totale de la formation : Heures, soit Jours.

Lieu de la formation : SOLUTIAL FORMATION – 12 bis, avenue Jean Foucault 34 500 BEZIERS

		MATIN de 9h00 à 12h30 (3h30) Signatures stagiaire/formateur	APRES-MIDI de 14h00 à 17h30 (3h30) Signatures stagiaire/formateur
<u>Date(s)</u>	<u>Nom & Prénom stagiaire</u>		
	<u>Nom & Prénom formateur</u>		
<u>Date(s)</u>	<u>Nom & Prénom stagiaire</u>		
	<u>Nom & Prénom formateur</u>		
<u>Date(s)</u>	<u>Nom & Prénom stagiaire</u>		
	<u>Nom & Prénom formateur</u>		
<u>Date(s)</u>	<u>Nom & Prénom stagiaire</u>		
	<u>Nom & Prénom formateur</u>		

Fait à : Béziers Le :

Tampon et signature de l'organisme de formation

CONVOCAION FORMATION

A. CESSION DE FORMATION

Monsieur, Madame,

Comme convenu, je vous fais parvenir votre convocation à la formation :

MDD Marketing et Communication

M5 - Stratégie de Communication et déclinaison sur le Web

Dates de la formation :

- jour 1 :
- jour 2 :
- jour 3 :
- jour 4 :

Horaires : de 9h00 à 12h30 – de 14h00 à 17h30

Lieu : SOLUTIAL –12 bis Avenue Jean Foucault 34 500 BEZIERS (1^{er} étage, porte de gauche)

Formateur :

B. PAUSE

Pause midi : Libre

Infos : Brasseries et restaurants à proximité

Une borne de réservation de repas est à votre disposition dans notre centre.

C. MATERIEL NECESSAIRE :

- Un ordinateur portable.

D. PARKING

- Place de parking devant l'entrée

E. CONTACT

- Isabelle Dumas – 04 30 17 40 40 – isabelle.solutial@gmail.com

Nous restons à votre disposition pour toutes informations complémentaires.



S.A.S CONSEILS EN DEVELOPPEMENT

SOLUTIAL FORMATION

12 bis Avenue Jean Foucault - 34500 Béziers

Tel : 04 30 17 40 40 - Mail : contact@solutialformation.fr

TEST DE PREREQUIS FORMATION

MDD M5 - Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

Avez-vous défini des objectifs de communication?

- OUI
- NON

Quels outils avez-vous l'habitude d'utilisé pour communiquer :

.....
.....
.....

Faites-vous appelle à un prestataire pour faire votre communication ?

- OUI
- NON

Utilisez-vous l'emailing ?

- OUI
- NON

Si oui, a quelle fréquence ?

.....
.....

Quel réseau social utilisez-vous ?

.....
.....

Avez-vous un page Facebook ?

- OUI
- NON

Connaissez-vous le terme « référencement » sur internet ?

- OUI
- NON

Vous occupez-vous de votre réputation sur internet ?

- OUI
- NON



S.A.S CONSEILS EN DEVELOPPEMENT

SOLUTIAL FORMATION

12 bis Avenue Jean Foucault - 34500 Béziers

Tel : 04 30 17 40 40 - Mail : contact@solutialformation.fr

TEST DE PREREQUIS FORMATION

MDD M5 - Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

Quels sont les sujets que vous souhaitez abordés en priorité lors de la session de formation ?

.....
.....
.....
.....

Nom et Signature stagiaire :



S.A.S CONSEILS EN DEVELOPPEMENT

SOLUTIAL FORMATION

12 bis Avenue Jean Foucault - 34500 Béziers

Tel : 04 30 17 40 40 - Mail : contact@solutialformation.fr

QUESTIONNAIRE DE FIN DE FORMATION

MDD M5 - Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

Quelle différence entre communication et marketing ?

- Le marketing est une petite partie de la stratégie de communication
- Ce sont les mêmes choses
- La communication est une petite partie de la stratégie marketing
- Autres :

Quelle est la meilleure façon de concevoir un email pour assurer une bonne délivrabilité et un bon rendu dans la boîte email des destinataires ?

- 100% image(s)
- 40% image(s), 60% texte
- 85% image(s), 15% texte

Comment pouvez-vous tester votre objet en e-mailing ?

- Impossible de connaître les résultats à l'avance donc se fier à son instinct, envoyer et observer les résultats finaux
- En demandant l'avis de vos collaborateurs
- En faisant un test A/B ou A/X

Parmi les profils de base de données, lesquels sont les plus susceptibles d'être les plus réactifs à vos emails ?

- Ceux qui auront rejoint votre base via une campagne de Co registration
- Ceux qui auront rejoint votre base en s'inscrivant à votre newsletter sur votre site web
- Ceux qui vous auront laissé leurs coordonnées lors d'un jeu concours offrant jusqu'à 2000€ en cash

Quels logiciels pour automatiser la diffusion sur vos réseaux ?

- IFTTT
- Twitter
- Zapier
- Facebook



S.A.S CONSEILS EN DEVELOPPEMENT

SOLUTIAL FORMATION

12 bis Avenue Jean Foucault - 34500 Béziers

Tel : 04 30 17 40 40 - Mail : contact@solutialformation.fr

QUESTIONNAIRE DE FIN DE FORMATION

MDD M5 - Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

Triez en fonction du temps moyen sur les réseaux en 2016/2017 ?

	6h45 / Mois	170 min / Mois	6:47 min / Mois	16 min / Mois	17 min / Mois
Facebook	<input type="radio"/>				
Twitter	<input type="radio"/>				
Google +	<input type="radio"/>				
Pinterest	<input type="radio"/>				
LinkedIn	<input type="radio"/>				

Quel est le nombre minimum de Tweet à poster pour assurer l'intérêt de ce réseau ?

- 1 fois / semaine
- 1 fois / jour
- 1 fois / heure

Quelle méthode utilise-t-on pour représenter au mieux son entreprise sur Facebook ?

- Groupe
- Page
- Compte
- Les 3

En référencement, quel est le meilleur choix ?

- De courts mots clés à fort trafic et forte concurrence
- De longs mots clés à faible trafic et peu de concurrence
- De longs mots clés à fort trafic et forte concurrence

Quel outil permet d'avoir une vision précise des mots clés référencés sur votre site ?

- Google Analytics
- Google Adwords
- Google Outils Webmaster

Nom et Signature stagiaire :