

MALLETTE DU DIRIGEANT 2018

Marketing et Communication

Module 5 : Stratégie de communication et déclinaison sur le web

Objectifs :

- 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

Programme :

Les fondamentaux de la communication (J1)

- 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

- 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) (J2)

- 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 o 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

Réseaux sociaux (J3)

- 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

Référencement Internet & E-Réputation (J4)

- 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

Les différents types de présence sur Internet | Entre référencement et E-Réputation (J4)

- 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 (J4)

- 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 o 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 o Effacer ses traces
 - Se renseigner sur ses interlocuteurs
 - Situations de crise et possibilités d'intervention

Durée

Journée n°1 : 7 heures de formation

Journée n°2 : 7 heures de formation

Journée n°3 : 7 heures de formation

Journée n°4 : 7 heures de formation

Dates et lieux 2018

Journée n°1 : 7 juin 2018 et 5 novembre 2018 à La Rochelle

Journée n°2 : 14 juin 2018 et 19 novembre 2018 à La Rochelle

Journée n°3 : 21 juin 2018 et 26 novembre 2018 à La Rochelle

Journée n°4 : 28 juin 2018 et 12 novembre 2018 à La Rochelle

Coût pédagogique

1400 € net de taxes

Pré-requis

Aucune connaissance précise sur le sujet n'est requise pour suivre le module

Intervenants

J1 : Pascal HARISPOURE – Chargé de communication CCI Rochefort & Saintonge

J2 : Rozenn BARILLET – Conseillère entreprise CCI La Rochelle

J3 : Stéphanie PIETRE – Cabinet ALTERELA

J4 : Jérôme BARBIER – Consultant internet PME – Stratégie & référencement

Moyens pédagogiques

Supports pédagogiques.

Cas pratiques. Matériel informatique apporté par le participant. Possibilité, le cas échéant, de mise à disposition de postes informatiques par l'organisme de formation

Modalités de certification

Attestation d'assiduité de formation

Evaluation de la formation

Evaluation de la formation à « chaud »

La CCI LA ROCHELLE est organisme de formation agréé, enregistré sous le numéro : 5417 P00 0417