

Module 10 :
Stratégie de communication et déclinaison sur le Web (3j)

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 digitale

Programme :

Les fondamentaux de la communication

- Définir ses objectifs et son message
 - o Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
 - o Dans quel but ? Ventes, image, conquête, différenciation, fidélisation
 - o Pour délivrer quel message ?
 - o Quels sont les points forts et le caractère distinctif de mon entreprise ?
- Quelles documentations pour quelles cibles ?
 - o Print, Web et Digital selon ses objectifs
- Les documentations Print
 - o Avantages, inconvénients, limites
 - o Les points à surveiller : la typologie, la mise en page, la psychologie des formes et des couleurs
 - o Le vocabulaire graphique et les termes techniques des interlocuteurs de la chaîne graphique
 - o Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et promotion des produits ou services
 - o Choix des visuels, témoignages et citations : le cadre réglementaire.
- Les documentations Web et Digitales
 - o Avantages, inconvénients, limites
 - o Évolution vers la digitalisation des supports : cas des tablettes et des écrans
 - o Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes
 - o Développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du Web et des outils de consultation (tablettes, smartphones)
 - o Enrichir le contenu par les visuels et effets spéciaux : animation, son, vidéo
 - o Règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux
- Rédiger les textes

*Module 10 :
Stratégie de communication et déclinaison sur le Web (3j)*

- 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
- 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

Module 10 :
Stratégie de communication et déclinaison sur le Web (3j)

Formateurs :

Emmanuelle ROUCHON

Couverture Géographique :

34, 30, 11, 66

Communication Mallette du dirigeant :

Les formateurs s'engagent à publier le programme les dates et lieu de session sur leur site internet.

Pré-requis :

Aucun

Public :

Tout public

Démarche pédagogique :

Méthode pédagogique actives visant à susciter fortement l'implication des participants :

- Alternance d'apports théoriques et de cas pratiques, d'échanges et de co construction d'outils, de réflexions individuelles.
- Partage d'expérience et échanges de pratiques entre participants.

Les contenus, le rythme et les méthodes seront adaptés en fonction du profil des participants, de leurs attentes, de leurs contributions.

Support moyens pédagogiques :

Sera fourni un « livret stagiaire » regroupant à la fois les éléments théoriques mais aussi les outils propres à la démarche.

Conditions de la formation :

Module 10 :
Stratégie de communication et déclinaison sur le Web (3j)

Pour un stagiaire seul (réservé au département de l'Hérault) La formation se déroulera dans l'entreprise du stagiaire.

Dans les autres départements il est possible d'ouvrir une session de formation à partir de 3 stagiaires.

Nous disposons d'une salle de formation dans chaque département (louée ponctuellement ou appartenant à CREALEAD).

Nos salles peuvent accueillir jusqu'à 16 stagiaires et disposent de l'accessibilité personnes à mobilité réduites. Les salles sont à minima équipées d'un paper-board ou tableau effaçable.

Chaque formateur est équipé d'un ordinateur et d'un vidéo projecteur.

Dispositif d'évaluation :

Evaluation Formative :

- pendant la formation (tour de table)
- et en fin de formation QUIZZ des connaissances.

Evaluation Qualitative en fin de formation (à chaud) :

- L'organisation de la formation :
qualité du plan de formation, précision de la convocation, qualité des modalités d'organisation matérielle (accueil, locaux...) ;
- L'efficacité pédagogique :
conformité des objectifs avec le programme annoncé, clarté du contenu de la formation, animation de la formation, supports et documents adaptés, rythme et durée, échange et participation avec le groupe, adaptation de la formation au niveau des stagiaires ;
- Les apports de la formation : atteinte des objectifs, réponse aux attentes, apport de nouvelles connaissances, apport de nouvelles compétences, possibilité d'application professionnelle durant le prochain trimestre.

Suivi post-formation (3 mois)

Nos formateurs.trices restent à la disposition des stagiaires durant toute la période post-formation, en assurant une veille **via mail avec possibilité d'échanges téléphoniques**. Les stagiaires pourront ainsi contacter le.la formateur.trice pour poser leurs éventuelles questions.

Le formateur s'engage ainsi à leur **apporter une réponse sous une quinzaine de jours**, selon le concept abordé et la finesse de la réponse nécessaire, par retour de mail ou par téléphone.