

Fiche pédagogique

Module 10 : Stratégie de communication et déclinaison sur le web

Objectifs de la formation

La formation a pour objectifs principaux de développer les performances commerciales d'une entreprise grâce à une stratégie de communication efficace et en s'appuyant sur la puissance du web.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- 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

Public visé

Cette formation s'adresse aux :

- Dirigeants d'entreprise,
- Toute personne impliquée dans la communication de l'entreprise : managers, chargés de communication, chargés du marketing ...

Prérequis indispensables

Avoir des notions marketing est recommandé pour suivre cette formation.

Méthodes pédagogiques et modalités de personnalisation mises en œuvre

En amont de la formation, un audit des besoins du stagiaire est réalisé, afin de décrire sa situation, ses souhaits ou problématiques.

Le formateur mettra tout en œuvre pour rattacher les savoirs théoriques à des exemples réels et en lien avec les activités des stagiaires.

Cette formation repose sur un apprentissage participatif où le stagiaire sera amené(e) à étudier des cas d'application concrets.

A partir des connaissances abordées, notre approche opérationnelle amènera le stagiaire à réfléchir, et produire, des solutions et outils liés directement à son projet ou besoin.

En aval de la formation un accompagnement individuel peut être envisagé (sur devis).

Modalités d'évaluation des acquis

Des exercices sur cas pratiques et un questionnaire de synthèse seront proposés afin d'évaluer les stagiaires. Un certificat de réalisation sera remis au participant résultant de cette évaluation par le formateur.

Moyens pédagogiques

- En amont de la formation :
 - Fiche PAF (personnalisation de l'action de formation)
- Durant la formation :
 - Support pédagogique papier et numérique remis aux stagiaires le premier jour de formation, véritable guide opérationnel et outil de travail.
 - Déroulé de la formation présentée sur vidéoprojecteur
 - Fiche d'évaluation des acquis, complétée tout au long de la formation par le formateur et le stagiaire
 - Support d'évaluation des acquis (questionnaire de synthèse, études de cas, exercices de mise en situation, etc.)
 - Bibliographie ou sources numériques
 - Glossaire
 - Supports exploités durant la formation :
 - ✓ Calendrier, plan de communication
 - ✓ Chaîne graphique
 - ✓ Plan de communication
 - ✓ Fiche mémo formats informatiques
 - ✓ Fiche mémo symbolique des formes, couleurs et polices
 - ✓ Pyramide de Maslow
 - ✓ Méthode AIDA
 - ✓ Le funnel
 - ✓ Magazines, journaux, flyers, affichage 4X3, plaquettes publicitaires, blog, display, réseaux sociaux, ...
- En aval de la formation :
 - De la documentation complémentaire sera envoyée aux stagiaires si des questions ou situations particulières étaient abordées lors de la formation.
 - L'intervenante assure un suivi d'application : le stagiaire peut la contacter durant 6 mois pour toutes questions complémentaires, se faire réexpliquer un point.
 - Les stagiaires se verront proposer de recevoir notre newsletter trimestrielle dédiée à la thématique, afin de réviser ou approfondir leurs connaissances : bonnes pratiques, retours d'expériences, actualité, décryptage, ...

Moyens techniques

- Ordinateur formateur
- Vidéoprojecteur (ou écran de télévision)
- Mur blanc pour permettre la projection
- Connexion Internet
- Blocs-notes et stylos remis aux participants
- Paperboard
- Clé USB remise à chaque participant pour la sauvegarde des différents travaux réalisés et contenant les ressources et outils pédagogiques

Moyens d'encadrement

La formation est dispensée par Marielle BLAGNY, formatrice pour Les Clés de la Gestion depuis 2015.

Formation initiale et continue :

- Formatrice diplômée en Marketing et Vente, niveau Bac+5

Expérience professionnelle :

- Elle a acquis une expérience de près de 20 ans dans le domaine de la communication et des médias, offline et online.
- Responsable de la communication pour l'organisme depuis 2018, elle partagera avec le stagiaire ses recommandations du quotidien.

Expérience de la formation professionnelle :

- Intervenante récurrente pour Les Clés de la Gestions depuis 4 ans, elle a également dispensé des formations durant toute son expérience professionnelle précédente. Elle a à cœur d'adapter son discours à son public pour favoriser une meilleure acquisition, et d'actualiser ses connaissances pour fournir des contenus et outils pertinents.
- Cette formatrice intervient depuis 2017 auprès de stagiaires sur la thématique de la Communication.

Durée et modalités d'organisation

- Durée : 3 jours (7h x 3 jours sur 3 semaines consécutives).
- Organisation : en inter-entreprises pour un groupe de 8 participants maximum (pas de minimum requis).

Contenu détaillé de l'action de formation

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
 - o S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite
 - o Apprendre à écrire court
 - o Créer des niveaux de lecture
 - o Mettre en valeur le texte
- Optimiser l'impact des mots et des images en Print, Web ou Digital
 - o Argumenter en « bénéfices clients »
 - o Choix des messages : se distinguer de la concurrence

Concevoir votre infolettre (newsletter)

- Diffuser une newsletter (infolettre) électronique
 - o Analyse et typologie des newsletters
 - o Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter
 - o Repérer les solutions techniques et choisir la solution la plus adaptée aux besoins identifiés:
 - ✓ Publipostage avec les outils bureautiques
 - ✓ Logiciels dédiés
 - ✓ Prestataires spécialisés
 - o Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LCEN)
- Concevoir et réaliser votre newsletter
 - o Choisir les messages clés à communiquer
 - o Structurer le contenu de la lettre
 - o Concevoir la maquette
 - o Définir la charte graphique
 - o Bien utiliser la couleur
- Enrichir la newsletter
 - o Ajouter des liens hypertexte
 - o Illustrer la newsletter avec des photos
 - o Intégrer les contraintes d'affichage des images
 - o Veiller à la mise en page et à l'ergonomie
- Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture
 - o 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