

Référentiel des compétences

Module 10 : Stratégie de communication et déclinaison sur le web

Compétences à acquérir	Contexte d'apprentissage associé
Objectif n° 1 : Connaître les fondamentaux de la communication	
<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre le principe d'émetteur/récepteur - Connaître les 4 modes majeurs de communication : push, pull, relayée, CtoC - Définir son avantage concurrentiel - Savoir se poser les bonnes questions - Comprendre le vocabulaire - Connaître la chaîne graphique (les différents acteurs) - Maîtriser la réglementation en matière de publicité (droit à l'image, textes de loi et application) - Comprendre le funnel - Réaliser un diagnostic marketing - Définir ses objectifs commerciaux, timing et moyens 	<ul style="list-style-type: none"> - Apport théorique et méthodologique du formateur - Echange avec les stagiaires sur leurs pratiques actuelles - Exercice collectif : les questions de Lasswell à travers plusieurs exemples de publicités ; modèle SMART ; - Exercice individuel : matrice SWOT, définition de l'avantage concurrentiel - Fiche mémo réglementation - Questionnaire de synthèse - Réponse aux questions au fur et à mesure
Objectif n° 2 : Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée	
<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les canaux de communications et ceux à privilégier selon la cible - Comprendre la notion d'audience, parts de voix - Comprendre l'utilité d'une charte graphique - Appliquer les bonnes pratiques en publicité dans les médias classiques print - Appliquer les bonnes pratiques en publicité en ligne - Planifier ses actions : réaliser un plan de communication - Tirer profit de la complémentarité online et offline - Savoir mesurer l'efficacité de sa communication et ajuster le plan de communication 	<ul style="list-style-type: none"> - Apport théorique et méthodologique du formateur - Echange avec les stagiaires sur leurs pratiques actuelles - Etude de cas - Exercice collectif : Méthode AIDA - Mise en situation : commencer à remplir le plan de communication à partir du calendrier fournis par le formateur - Erreur à éviter - Questionnaire de synthèse - Réponse aux questions au fur et à mesure
Objectif n° 3 : Rédiger pour mieux délivrer son message	
<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre les actions de communication - Connaître le sens de lecture - Savoir apporter créativité et cohérence au message : mots, tons, images, couleurs, formes, polices ... - Utiliser la communication positive - Savoir travailler ses accroches, le style en fonction du support - Donner du sens à son message - Connaître les règles de déontologie 	<ul style="list-style-type: none"> - Apport théorique et méthodologique du formateur - Modèle AIDA - Modèle Lavidge et Steiner - Pyramide de Maslow - Exercices : lecture de publicités pour se rendre compte des « A faire/A éviter » - Mise en situation individuelle à partir des besoins des stagiaires - Questionnaire de synthèse - Réponse aux questions au fur et à mesure

Objectif n°4 : Concevoir ses premiers outils de communication digitale	
<ul style="list-style-type: none">- Connaître les différentes communications sur le web, vocabulaire, définitions et utilités- Concevoir une newsletter- Connaître les fondamentaux du RGPD, CNIL et LCEN	<ul style="list-style-type: none">- Apport théorique et méthodologique du formateur,- Exercices de mise en situation (simulation), rédaction des premières réponses aux objections- Fiche mémo RGPD- Questionnaire de synthèse- Réponse aux questions au fur et à mesure