



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

OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none">• 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
PRE-REQUIS	Maitriser les bases de l'outils informatique
MODALITES D'ACCES A LA FORMATION	Aucune
PROGRAMME DE FORMATION	<p>JOUR 1 : Matin de 9h00 à 12h30 (3.5h)</p> <p><u>Les fondamentaux de la communication</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Définir ses objectifs et son message<ul style="list-style-type: none">• 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 ?<ul style="list-style-type: none">• Print, Web et Digital selon ses objectifs <p>Après-midi 13h30 à 17h00 (3.5h)</p> <ul style="list-style-type: none">- Les documentations Print<ul style="list-style-type: none">• 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. <p>JOUR 2 Matin de 9h00 à 12h30 (3.5h)</p> <ul style="list-style-type: none">- Les documentations Web et Digitales<ul style="list-style-type: none">• 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



Après-midi 13h30 à 17h00 (3.5h)

- 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 »
 - Savoir se présenter et susciter l'intérêt
 - Savoir franchir le barrage du secrétariat
 - Développer une écoute active
 - Détecter les besoins du prospect
 - Rédiger son scénario téléphonique
 - Se préparer aux objections des prospects

- Choix des messages : se distinguer de la concurrence

JOUR 3 :

Matin de 9h00 à 12h30 (3.5h)

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

Après-midi 13h30 à 17h00 (3.5h)

- Enrichir la newsletter
 - Ajouter des liens hypertexte
 - Illustrer la newsletter avec des photos
 - Intégrer les contraintes d'affichage des images



	<ul style="list-style-type: none">• Veiller à la mise en page et à l'ergonomie<ul style="list-style-type: none">- Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture• Définir des champs d'en-tête pertinents :<ul style="list-style-type: none">▪ expéditeur▪ objet- Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam)- Mesurer l'efficacité : bounced, taux d'ouverture et taux de clic
DUREE	3 JOURS – 21 HEURES
PROFIL DES INTERVENANTS	Formateurs experts ayant une expérience en entreprise et dont les compétences d'animation sur cette thématique sont validées par notre service pédagogique. Nom et qualifications du formateur :
EVALUATION	Evaluation en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie avec rapport d'évaluation
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 à 5
DATE	Voir convention de formation
LIEU	INTRA-ENTREPRISE – Adresse client
MOYEN PEDAGOGIQUE	Travail sur des postes de travail et outils logiciel disponible dans l'entreprise – Méthode interactive et intuitive – Support stagiaire
COUT DE FORMATION	1050 € HT
FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION	Attestation de fin de stage et attestation d'assiduité