

PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

Marketing et communication

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	Maîtriser les bases de l’outil informatique
MODALITE D’ACCES A LA FORMATION	Aucune
PROGRAMME DE FORMATION	<p>JOUR 1 : Matin de 9 h 00 à 12 h 30 (3.5 h)</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 de 13 h 30 à 17 h 00 (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 9 h 00 à 12 h 30 (3.5 h)</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

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

	<ul style="list-style-type: none"> • Règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux <p>Après-midi de 13 h 30 à 17 h 00 (3.5h)</p> <p>- Rédiger les textes</p> <ul style="list-style-type: none"> • S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite • Apprendre à écrire court • Créer des niveaux de lecture • Mettre en valeur le texte <p>- Optimiser l'impact des mots et des images en Print, Web ou Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • Argumenter en « bénéfiques clients » • Choix des messages : se distinguer de la concurrence <p>JOUR 3 :</p> <p>Matin de 9 h 00 à 12 h 30 (3.5 h)</p> <p><u>Concevoir votre infolettre (newsletter)</u></p> <p>- Diffuser une newsletter (infolettre) électronique</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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: <p>?? Publipostage avec les outils bureautiques</p> <p>?? Logiciels dédiés</p> <p>?? Prestataires spécialisés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LCEN) <p>- Concevoir et réaliser votre newsletter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Choisir les messages clés à communiquer • Structurer le contenu de la lettre • Concevoir la maquette • Définir la charte graphique • Bien utiliser la couleur <p>Après-midi de 13 h 30 à 17 h 00 (3.5h)</p> <p>- Enrichir la newsletter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ajouter des liens hypertexte • Illustrer la newsletter avec des photos • Intégrer les contraintes d'affichage des images
--	---

PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

Marketing et communication

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

	<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 <p>- Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam)</p> <p>- Mesurer l'efficacité : bounced, taux d'ouverture et taux de clic</p>
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 et rapport d’évaluation
NOMBRE DE PARTICIPANTS	1 A 5
DATES	Voir convention de formation
LIEU	INTRA ENTREPRISE – Adresse client
MOYEN PEDAGOGIQUE	Travail sur des postes de travail et outils logiciels disponible dans l’entreprise - Méthode interactive et intuitive - Support Stagiaire
COUT DE LA FORMATION	1050€ HT
FORMALISATION A L’ISSUE DE LA FORMATION	Attestation d’assiduité et attestation de fin de stage