

# Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

## Compétences visées

- Comprendre les fondamentaux de la communication
- Savoir rédiger les textes
- Savoir optimiser l'impact des mots et des images en Print, Web ou Digital
- Savoir concevoir une infolettre (newsletter)

## Objectifs pédagogiques

- 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

## Méthode pédagogique

- L'approche pédagogique active favorise la transmission dynamique et pratique de connaissances et la mise en application rapide des acquis
- Les connaissances transmises par les intervenants mènent à la maîtrise de l'ensemble des compétences indispensables et minimum pour travailler efficacement
- Chaque stagiaire dispose de supports pédagogiques lui permettant de mettre en pratique les apports fournis pendant et après la formation

## Moyens pédagogiques

- Une salle avec vidéoprojecteur et avec une connexion Wifi permettant d'effectuer les travaux demandés durant la session de formation
- Chaque stagiaire se verra remettre un certain nombre de documents sous forme papier ou par mail, en rapport avec la formation

## Modalités d'évaluation

- A la fin de la session un questionnaire d'évaluation à chaud sera rempli par chaque stagiaire.
- Une grille de satisfaction comportant les items suivants : Impression générale ; Accueil, Organisation ; Conditions matérielles, Outils ; Réponse aux attentes des stagiaires ; Programme, Méthode pédagogique ; Animation, Formateurs ; Acquisitions, Utilité des acquis.
- Ces items interrogeront les stagiaires sur une échelle de 3 niveaux (insatisfait, satisfait, très satisfait).
- Les taux de satisfaction indiqués sont établis chaque année après l'analyse des évaluations à chaud de tous les stagiaires et portent sur les critères suivants : réponse aux attentes des stagiaires, Programme, Méthode pédagogique, Animation, Formateurs, Acquisitions, Utilité des acquis.

**Globalement 100 % de satisfait (panel 2020)**

## Public

Les dirigeants d'entreprise (et/ou leur conjoint collaborateur), non-salariés ou assimilés

Inscrits à l'URSSAF ou à la Sécurité sociale pour les indépendants en tant que travailleurs indépendants

## Pré-requis

Aucun



**Durée de la prestation**

**3 jours en présentiel**



**Dates et lieux de la formation**

**NOUS CONTACTER**



**Formateur**

**Éléna BOU** / Experte en marketing Digital



Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite.

**Toutes les mesures concernant les gestes barrières et le respect des consignes gouvernementales sont mises en œuvre au sein de notre centre de formation**





## Programme

### → Les fondamentaux de la communication

- Définir ses objectifs et son message
- ✓ Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
- ✓ Dans quel but ? Ventas, 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 ?
- ✓ Print, Web et Digital selon ses objectifs
- Les documentations Print

### → 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.
- Les documentations Web et Digitales
- ✓ 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
- 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 »
- ✓ 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



Tarif

735 €



Financiers

Fonds de formation de l'entreprise