

Marketing et communication

Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

Public

- Tout public

Pré-requis

- Aucun

Durée :

- **3 jours** soit 21 heures

Dates

- **A définir**

Horaires

- 9h00-12h15 & 13h45-17h30 - déjeuner offert

Lieu :

- Pôle Formation de la CCI des Ardennes
Campus Sup Ardenne
8 rue Claude Chrétien
08000 Charleville Mézières

Effectif :

- De 3 à 10 participants

Méthode pédagogique

- Formation en présentiel
- Participation active
- Support de cours
- Etude de cas
- Applications pratiques
- Evaluation des acquis

Intervenant

- A MILESI

Validation

- Bilan de fin de formation
- Attestation de formation
- Attestation d'assiduité
- Feuille d'émargement

Coût de la formation

- **1029.00 € / participant**
Prestations exonérées de TVA

Objectifs

- 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

Programme

Les fondamentaux de la communication

- Définir ses objectifs et son message
 - ✓ 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 ?
 - ✓ 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 « bénéfices 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