

STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DECLINAISON SUR LE WEB

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

MODALITES PEDAGOGIQUES :

Alternance d'apports théoriques, d'échanges d'expériences, étude de cas et mise en situation
Formation présentielle ou à distance.

PRE-REQUIS :

Aucun pré-requis

MODALITES D'EVALUATION :

- Évaluation et/ou auto-évaluation des compétences acquises en fin de formation.
- Attestation de formation

PUBLIC : Chefs d'entreprise, salariés, demandeurs d'emploi

FINANCEMENTS POSSIBLES :

Formations éligibles au CPF, CSP, Pôle Emploi, Plan de développement des entreprises, Agefice, ...
Contactez-nous pour en savoir plus

FORMATEUR : Expert du domaine

DUREE : 21 heures

PRIX :

- Individuel : 85 €/h
- Collectif : 35 €/h
- Agefice : 50 €/h

CONTACT : Aurélie Barbat,
Responsable formation BGE Indre -
Psychologue du Travail, Ergonome
aurelie.barbat@bge-indre.com
06 84 67 32 78

Accessibilité



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 « 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 et objet

- Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam)

- Mesurer l'efficacité : bounced, taux d'ouverture et taux de clic