



PROGRAMME DE FORMATION

INTRA /// INTER /// SUR MESURE /// www.formationccilandes.fr



MODULE 10 : STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DECLINAISON DU WEB – 3 JOURS

Objectifs de la formation :

- 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

Modalités : Action de 21 heures en présentiel, Inter ou Intra entreprises.

Action animée par un formateur qualifié en pédagogie et expérimenté dans le domaine. Apports théoriques, exercices pratiques, études de cas.

Validation : Attestation de formation

Public et Prérequis : Dirigeants et salariés

Date, Lieu et Tarif : Consultez notre calendrier sur www.formationccilandes.fr



CONTENU PÉDAGOGIQUE INDICATIF

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'appropriier 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

Marketing et Communication



VOTRE CONTACT

Département Formation Continue de la Chambre de Commerce et d'Industrie des Landes

SIRET : 184 00002400010 - N° de déclaration d'activité : 7240 P 003840

Tél. 05.58.05.44.81 – formation@landes.cci.fr