



« RISK FORMATION »

49 Rue Pothier – 97460 SAINT-PAUL
expertcom974@gmail.com

<http://riskformation.fr/>

Siret : 539 973 347 00039 – APE : 8559A

Mobile : 06 92 73 99 73

DAOF : 98970384297



Programme de formation Marketing et communication Module 10 : Stratégies de communication et déclinaison sur le web

- Le public cible ;

Chef d'entreprise

- Le nombre de stagiaires par session ;

Nombre de participants : 12 maximum

- Les pré-requis nécessaires pour prétendre à suivre la formation ;

Lire, parler et comprendre le français.

- L'organisation et les modalités de déroulement de la formation (intersession notamment);

L'organisation est sur trois journées.

- La durée de la formation ;

Durée : 21 Heures

- Les 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

- Les contenus indicatifs ;

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

- Les modalités d'animation et moyens d'encadrement de la formation ;

En salle de séminaire, avec un formateur, utilisation de paper board, vidéo projection et support de cours.