



## Module 10 : Stratégie de communication et déclinaison sur le Web (3j)

<b>OBJECTIFS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Connaître les fondamentaux de la communication</li><li>• Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée</li><li>• Rédiger pour mieux délivrer son message</li><li>• Concevoir ses premiers outils de communication digitale</li></ul>
<b>PRE-REQUIS</b>	Maitriser les bases de l'outils informatique
<b>MODALITES D'ACCES A LA FORMATION</b>	Aucune
<b>PROGRAMME DE FORMATION</b>	<p><b>JOUR 1 :</b> <b>Matin de 9h00 à 12h30 (3.5h)</b></p> <p><u>Les fondamentaux de la communication</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Définir ses objectifs et son message<ul style="list-style-type: none"><li>• Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux</li><li>• Dans quel but ? Ventes, image, conquête, différenciation, fidélisation</li><li>• Pour délivrer quel message ?</li><li>• Quels sont les points forts et le caractère distinctif de mon entreprise ?</li></ul></li><li>- Quelles documentations pour quelles cibles ?<ul style="list-style-type: none"><li>• Print, Web et Digital selon ses objectifs</li></ul></li></ul> <p><b>Après-midi 13h30 à 17h00 (3.5h)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les documentations Print<ul style="list-style-type: none"><li>• Avantages, inconvénients, limites</li><li>• Les points à surveiller : la typologie, la mise en page, la psychologie des formes et des couleurs</li><li>• Le vocabulaire graphique et les termes techniques des interlocuteurs de la chaîne graphique</li><li>• Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et promotion des produits ou services</li><li>• Choix des visuels, témoignages et citations : le cadre réglementaire.</li></ul></li></ul> <p><b>JOUR 2</b> <b>Matin de 9h00 à 12h30 (3.5h)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les documentations Web et Digitales<ul style="list-style-type: none"><li>• Avantages, inconvénients, limites</li><li>• Évolution vers la digitalisation des supports : cas des tablettes et des écrans</li><li>• Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes</li></ul></li></ul>



- 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

#### **Après-midi 13h30 à 17h00 (3.5h)**

- 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 »
  - Savoir se présenter et susciter l'intérêt
  - Savoir franchir le barrage du secrétariat
  - Développer une écoute active
  - Détecter les besoins du prospect
  - Rédiger son scénario téléphonique
  - Se préparer aux objections des prospects
- Choix des messages : se distinguer de la concurrence

#### **JOUR 3 :**

#### **Matin de 9h00 à 12h30 (3.5h)**

#### 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



	<p><b>Après-midi 13h30 à 17h00 (3.5h)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Enrichir la newsletter<ul style="list-style-type: none"><li>• Ajouter des liens hypertexte</li><li>• Illustrer la newsletter avec des photos</li><li>• Intégrer les contraintes d'affichage des images</li><li>• Veiller à la mise en page et à l'ergonomie<ul style="list-style-type: none"><li>- Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture</li></ul></li><li>• Définir des champs d'en-tête pertinents :<ul style="list-style-type: none"><li>▪ expéditeur</li><li>▪ objet</li></ul></li></ul></li><li>- Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam)</li><li>- Mesurer l'efficacité : bounced, taux d'ouverture et taux de clic</li></ul>
<b>DUREE</b>	3 JOURS – 21 HEURES
<b>PROFIL DES INTERVENANTS</b>	Formateurs experts ayant une expérience en entreprise et dont les compétences d'animation sur cette thématique sont validées par notre service pédagogique.  Nom et qualifications du formateur :
<b>EVALUATION</b>	Evaluation en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie avec rapport d'évaluation
<b>NOMBRE DE PARTICIPANTS</b>	1 à 5
<b>DATE</b>	Voir convention de formation
<b>LIEU</b>	INTRA-ENTREPRISE – Adresse client
<b>MOYEN PEDAGOGIQUE</b>	Travail sur des postes de travail et outils logiciel disponible dans l'entreprise – Méthode interactive et intuitive – Support stagiaire
<b>COÛT DE FORMATION</b>	1050 € HT
<b>FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION</b>	Attestation de fin de stage et attestation d'assiduité