




Programme de la formation

Mallette du Dirigeant – Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

-  En groupe sur site
-  21 heures sur 3 jour(s)
-  Indépendant et dirigeant
-  630 € HT / 756 € TTC par participant

Description courte

Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

Formation dans le cadre de la mallette du dirigeant - module 10

Compétences clefs visées :

- Savoir établir une stratégie marketing et commerciale qui intègre pleinement les outils du web
- Savoir rédiger ses documents publicitaires avec efficacité
- Savoir créer une newsletter et envoyer un emailing à ses contacts qualifiés

Profil des participants

dirigeants d'entreprises ressortissants de l'AGEFICE pour intégrer le financement par celle-ci, cadres d'entreprise (hors financement par l'AGEFICE)

Prérequis

Aucun, l'animateur s'adaptera au niveau d'expérience des stagiaires.

Objectifs

Objectifs généraux :

- 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

Aptitudes et compétences visées / attestées

Compétences clefs visées :

- Savoir établir une stratégie marketing et commerciale qui intègre pleinement les outils du web
 - Savoir rédiger ses documents publicitaires avec efficacité
 - Savoir créer une newsletter et envoyer un emailing à ses contacts qualifiés
-

Contenu

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
 - 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

Pédagogie et organisation

Formation présentielle de 3 jours à Bourges

- 20 Novembre 2019
- 27 Novembre 2019
- 4 Décembre 2019

Autres dates possibles pour des groupes de 3 personnes et plus

Méthodes pédagogiques :

- Présentation interactive des contenus pédagogiques
- Remise de supports pédagogiques détaillés
- Mises en situations et jeux de rôles
- Analyses collectives de situations complexes avec des outils d'analyse comportementale (DISC de Martson) et d'analyse des émotions dans la relation client (Méthode PERCE)

Animateur : Philippe Vachet – Consultant formateur depuis 2010 et ancien dirigeant de PME industrielle. A exercé les fonctions de responsable de service commercial et relation client, et de responsable des achats, des approvisionnements et de la gestion des stocks.

Mode de validation

Financement à 100% et hors budget de formation pour les ressortissants de l'AGEFICE

Financements possibles par les OPCA sur demande et selon condition

Financements possibles

Financement à 100% et hors budget de formation pour les ressortissants de l'AGEFICE

Financements possibles par les OPCA sur demande et selon condition
