





---

## 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

---