

MARKETING & COMMUNICATION

Module 10 : Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

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

CONTENU DE LA FORMATION

● 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.
 - 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 "bénéfices clients"
 - Choix des messages : se distinguer de la concurrence - Concevoir votre infolettre (Newsletter)
 - Diffuser une Newsletter (Infolettre) électronique
 - Analyse et typologie des newsletters



MARKETING & COMMUNICATION

Module 10 (Suite) : Stratégie de communication et déclinaison sur le Web



CONTENU DE LA FORMATION

- 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 les champs d'en-tête pertinents
 - Expéditeurs
 - Objet : Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam)
- Mesurer l'efficacité : bounced, taux d'ouverture et taux de clic.

