

## Marketing et communication

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

#### Objectifs :

- 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

#### Programme :

##### 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

**Méthode Pédagogique :** Cas pratiques et analyses

**Animation Pédagogique :** Yaël Joseph ADELAIDE et Stéphane GARCIA

**Durée du Stage :** 3 Jours soit 21 heures

**Accompagnement :** collectif ou individuel

**Date et Lieu :**

du 23 au 25/09/2020

du 14 au 16/10/2020

du 18 au 20/11/2020

**Inter :** Séméac - Toulouse - Pau ou Intra Entreprise : entre 3 et 6 personnes