

Mallette du Dirigeant (MDD) 2019

Module 10 (Marketing et communication) :

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 clics.

Validation de la formation :

Une attestation de stage est remise aux stagiaires.