



## MARKETING ET COMMUNICATION

### MODULE 10 – STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DECLINAISON SUR LE WEB

#### 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

#### Compétences visées

- 1) Définir l'identité visuelle de son entreprise afin de la distinguer de celle de ses concurrents
- 2) Rédiger des messages pour permettre une meilleure compréhension de l'offre
- 3) Choisir des moyens de communication adaptés à la cible définie afin d'optimiser la portée du message

## Programme

### Les fondamentaux de la communication

- Définir ses objectifs et son message
  - o Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
  - o Dans quel but ? Ventas, image, conquête, différenciation, fidélisation
  - o Pour délivrer quel message ?
  - o Quels sont les points forts et le caractère distinctif de mon entreprise ?
- Quelles documentations pour quelles cibles ?
  - o Print, Web et Digital selon ses objectifs
- Les documentations Print
  - o Avantages, inconvénients, limites
  - o Les points à surveiller : la typologie, la mise en page, la psychologie des formes et des couleurs
  - o Le vocabulaire graphique et les termes techniques des interlocuteurs de la chaîne graphique



- o Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et promotion des produits ou services*
- o Choix des visuels, témoignages et citations : le cadre réglementaire.*
- *Les documentations Web et Digitales*
  - o Avantages, inconvénients, limites*
  - o Évolution vers la digitalisation des supports : cas des tablettes et des écrans*
  - o Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes*
  - o Développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du Web et des outils de consultation (tablettes, smartphones)*
  - o Enrichir le contenu par les visuels et effets spéciaux : animation, son, vidéo*
  - o Règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux*
- *Rédiger les textes*
  - o S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite*
  - o Apprendre à écrire court*
  - o Créer des niveaux de lecture*
  - o Mettre en valeur le texte*
- *Optimiser l'impact des mots et des images en Print, Web ou Digital*
  - o Argumenter en « bénéfiques clients »*
  - o Choix des messages : se distinguer de la concurrence*
  - Concevoir votre infolettre (newsletter)*
- *Diffuser une newsletter (infolettre) électronique*
  - o Analyse et typologie des newsletters*
  - o Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter*
  - o Repérer les solutions techniques et choisir la solution la plus adaptée aux besoins identifiés:*
    - Publipostage avec les outils bureautiques*
    - Logiciels dédiés*
    - Prestataires spécialisés*
  - o Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LCEN)*



- Concevoir et réaliser votre newsletter

- o Choisir les messages clés à communiquer*
- o Structurer le contenu de la lettre*
- o Concevoir la maquette*
- o Définir la charte graphique*
- o Bien utiliser la couleur*

- Enrichir la newsletter

- o Ajouter des liens hypertexte*
- o Illustrer la newsletter avec des photos*
- o Intégrer les contraintes d'affichage des images*
- o Veiller à la mise en page et à l'ergonomie*

- Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture

*o 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*

## *Outils*

*Power point du formateur*

*Mises en pratique*

*Plateforme de marque*

*Matrice SMART*

*PERSONNA*

*Modèle de plan de communication*

*Tutoriel Newsletter*

*Durée*

*Pré requis*

<p>3 jours</p>	<p>Savoir lire et écrire</p> <p>Savoir se servir d'un ordinateur et d'internet</p> <p>Disposer d'une identité visuelle de son entreprise et de supports existants</p>
<p><b>Méthode pédagogique</b></p> <p>Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos</p> <p>outils, résultats, pratiques, interrogations</p>	<p><b>Evaluation Modalités et critères</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat est en capacité de proposer des éléments de communication distinctifs</li> <li>- Le candidat est en mesure d'adapter sa communication et son message en fonction des différentes cibles identifiées</li> <li>- Le candidat a identifié les moyens de communication adaptés selon la cible visée</li> <li>- Le candidat connaît les conditions de mise en œuvre et de diffusion d'une newsletter</li> <li>- Le candidat est en capacité de mesurer l'impact de la newsletter</li> </ul>