



Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

Concevoir ses messages et ses supports, du print au digital

Informations pratiques

Public	Tout public : salariés, entreprises, demandeurs d'emploi, particuliers
Prérequis	Savoir utiliser un ordinateur (allumer, se servir de la souris et du clavier, ouvrir un fichier)
Durée	Adaptée à vos besoins : définie avec l'organisme ou l'entreprise selon le niveau et les objectifs
Modalités	Présentiel ou distanciel
Évaluation	Quiz d'évaluation des acquis
Formateurs	Pascal DELPECH et Christelle DELPECH, formateurs indépendants

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 numérique

Programme

1. 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 ?

2. Quelles documentations pour quelles cibles ? Print, Web et digital

- Les documentations imprimées : avantages, inconvénients, limites
- Les points à surveiller : la typographie, la mise en page, la psychologie des formes et des couleurs
- Le vocabulaire graphique et les termes techniques 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

3. Les documentations Web et digitales

- Avantages, inconvénients, limites
- Évolution vers la digitalisation des supports : tablettes et écrans
- Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes
- Développer un style rédactionnel adapté au Web et aux 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

4. 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

5. 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

6. Concevoir votre infolettre

- Diffuser une newsletter électronique : typologie des newsletters, cibles et objectifs, choix de la solution technique
- Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LCEN)
- Concevoir et réaliser sa newsletter : messages clés, structure, maquette, charte graphique, couleurs
- Enrichir la newsletter : liens hypertexte, photos, contraintes d'affichage des images, mise en page et ergonomie