



## Stratégie de communication et déclinaison sur le Web



### Publics

- ▶ Chefs d'entreprise, commerçants et artisans, conjoints collaborateurs
- ▶ Salariés
- ▶ Autres publics : nous consulter
- ▶ Avoir des notions de base sur le fonctionnement de l'entreprise



### Durée

- ▶ 3 jours ( 21 heures )
- ▶ A la CCI Charente, Angoulême ou Cognac



### Tarif

- ▶ 1050 € TTC (100% pris en charge pour les adhérents de l'AGEFICE sous réserve d'accord)
- ▶ Salarié : selon l'OPCO
- ▶ Public hors AGEFICE, nous consulter pour la recherche de financement.



### 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 ? 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
    - Règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux
  - Rédiger les textes
    - S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite



# Stratégie de communication et déclinaison sur le Web



## Programme (Suite)

- 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



## Contacts

▶ Intervenante :  
Emilie GLENISSON, consul-  
tante en stratégie de commu-  
nication et conseil web

Interlocutrice CCI :  
Frédérique VIGNERON,  
05 45 20 55 23  
fvigneron@charente.cci.fr



## Modalités de suivi pédagogique et d'évaluation des acquis

- ▶ Méthodes actives centrées sur l'acquisition des compétences professionnelles (savoir-faire et savoir-être)  
QCM à l'entrée et à la sortie de la formation pour vérifier les acquis.