

FORMEDIA
FORMATION PROFESSIONNELLE

RÉUSSIR SES SUPPORTS DE COMMUNICATION

OBJECTIFS

Savoir définir les objectifs du message à communiquer. Revoir les règles de la communication écrite. Découvrir les nouveaux supports de communication.

COMPÉTENCES VISÉES :

À l'issue de cette formation, vous serez capable :
- de définir vos objectifs et votre message et déterminer quelle documentation utilisée en fonction des cibles.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation

PUBLIC

Responsable d'établissement, encadrement

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, mises en situations, vidéos

COMPLÉMENTS PÉDAGOGIQUES

Formation participative dans laquelle les participants pourront transposer les acquis avec des mises en situations

NOMBRE D'HEURES

2 jours (14h00) - 9H00-12H00/ 13H30-17H30

COÛT DE LA FORMATION

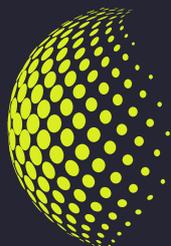
700 € HT

MODALITÉS D'ORGANISATION

12 stagiaires

PROFIL ANIMATEUR(S)

Consultant en marketing et en communication d'entreprise



PROGRAMME

1. DÉFINIR SES OBJECTIFS ET SON MESSAGE

- 1.1 Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
- 1.2 Dans quel but ? Ventas, image, conquête, différenciation, fidélisation
- 1.3 Pour délivrer quel message ?
- 1.4 Quels sont les points forts et le caractère distinctif de mon entreprise ?

2. QUELLES DOCUMENTATIONS POUR QUELLES CIBLES ?

- 2.1 Print, Web et Digital selon ses objectifs

3. LES DOCUMENTATIONS PRINT

- 3.1 Avantages, inconvénients, limites
- 3.2 Les points à surveiller : la typologie, la mise en page, la psychologie des formes et des couleurs
- 3.3 Le vocabulaire graphique et les termes techniques des interlocuteurs de la chaîne graphique
- 3.4 Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et promotion des produits ou services
- 3.5 Choix des visuels, témoignages et citations : le cadre réglementaire.

4. LES DOCUMENTATIONS WEB ET DIGITAL

- 4.1 Avantages, inconvénients, limites
- 4.2 Évolution vers la digitalisation des supports : cas des tablettes et des écrans
- 4.3 Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes
- 4.4 Développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du Web et des outils de consultation (tablettes, smartphones)
- 4.5 Enrichir le contenu par les visuels et effets spéciaux : animation, son, vidéo
- 4.6 Règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux

5. RÉDIGER LES TEXTES

- 5.1 S'appropriier et appliquer les règles de la communication écrite
- 5.2 Apprendre à écrire court
- 5.3 Créer des niveaux de lecture
- 5.4 Mettre en valeur le texte

6. OPTIMISER L'IMPACT DES MOTS ET DES IMAGES EN PRINT, WEB OU DIGITAL

- 6.1 Argumenter en « bénéfiques clients »
- 6.2 Choix des messages : se distinguer de la concurrence