



# Programme de Formation

## Stratégie de communication

**Tarif** : à partir de 1050 € HT par stagiaire\*

**Durée** : 21 heures

**Lieu** : intra entreprise ou inter entreprise

**Publics visés** : Commerçants, artisans, professions libérale, dirigeants, conjoints collaborateurs et associés, salariés.

**Prérequis** : aucun

**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

**Organisation pédagogique** :

La formation a lieu en intra entreprise ou inter entreprise.

Une analyse de besoin sera effectué en début de formation afin d'évaluer le stagiaire et de définir les objectifs à atteindre.

Le cours alterne les périodes de formation et d'exercice afin de cibler les points à renforcer pour chaque stagiaire.

**Méthode de validation** :

À la fin de chaque formation, une évaluation de fin de formation permet de vérifier l'acquisition correcte des compétences.

**Sanction du cours** :

Une attestation de fin de formation sera remise à chaque stagiaire qui aura suivi la totalité de la formation.

**Modalité et délais d'accès** :

A l'issue de la validation du devis/convention, le début de la formation pourra être planifié.

**Accessibilité aux situations de handicap** : Pour tout besoin, une étude pourra être faite pour adapter les modalités pédagogiques et l'animation de la formation.

**Contact** : Blandine PÉCOSTE 06.63.52.78.87 / [blandinepecoste@bpformation.fr](mailto:blandinepecoste@bpformation.fr)

***\*(Possibilité de financement partiel ou total Nous consulter).***

# Programme de formation

## 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
  
- 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

Concevoir votre infolettre (newsletter)
  
- Prestataires spécialisés
  - Connaître et respecter la législation en vigueur
- 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



*Votre évolution au coeur de nos ambitions*

**EURL BP Formation**

Rte de Lourdes  
 64800 MONTAUT  
 SIRET : 81093931400011  
 N°déc. Act. : 726403849

06.63.52.78.87  
 blandinepecoste@bpformation.fr