

Formation

REUSSIR SES SUPPORTS
DE COMMUNICATION





Public

- Tout public

Délais d'accès

- Entre 5 et 15 jours ouvrés

Durée

- 2 jours

Pré-requis

- Cette formation ne nécessite pas de prérequis

Objectifs pédagogiques

- Sélectionner les supports de communication adaptés à son activité.
- Connaître les points forts de chaque solution et être à même de les réaliser.

Compétences visées

- Savoir identifier les canaux de communication
- Savoir hiérarchiser l'information
- Connaître les outils de communication
- Concevoir une identité visuelle et la décliner sur des supports
- Savoir rédiger des contenus
- Identifier les contraintes éditoriales de la rédaction web
- Savoir composer texte/image/couleur/support

Programme

1. Identifier les parties prenantes de la relation commerciale

- 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 digitales selon ses objectifs

3. 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. Le choix des visuels, témoignages et citations : le cadre réglementaire

4. Les documentations web et digitales ?

- Avantages, inconvénients, limites et 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. Les règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux

5. Rédiger les textes

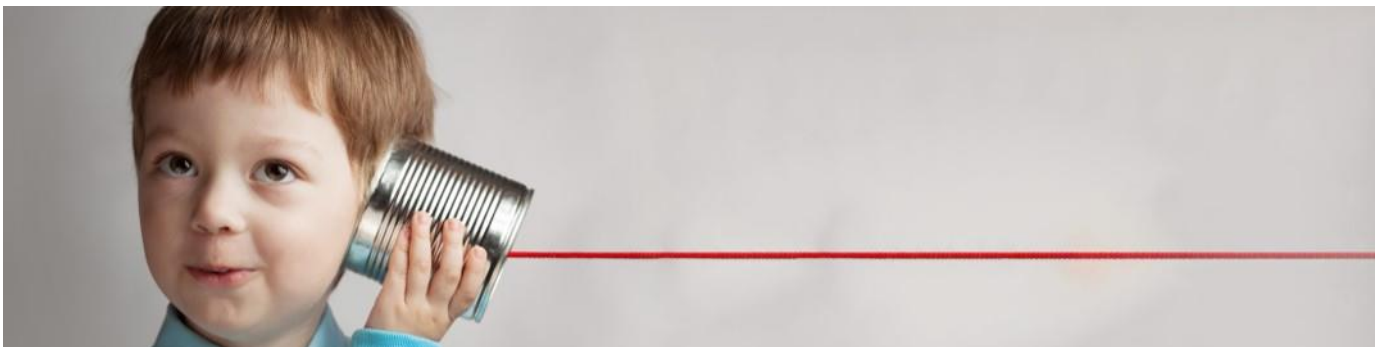
- S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite, apprendre à écrire court, créer des niveaux de lecture et mettre en valeur le texte

6. Optimiser l'impact des mots et des images en print, web ou digital

- Argumenter en bénéfices clients et se distinguer de la concurrence

Tarif

Formation sur-mesure - Nous consulter



Méthodes pédagogiques

Les pédagogies de cette formation sont inductives, actives et participatives.

Une place importante est réservée à des exercices et des mises en situation.



Accessibilité

Accès handicapé – Parking / Salle de formation / Commodités.
Transports en commun : Bus 11 et 34 - Arrêt Charmilles.

Evaluation

Fiche individuelle d'appréciation de la formation
Attestation individuelle de participation

Validation

Attestation de formation

Le plus de cette formation

- Formateur expérimenté
- Formation personnalisée
- Des exercices et mises en application