

CONSTRUIRE UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION IMPACTANTE



LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Élaborer les objectifs et le message d'une campagne de communication
- . Sélectionner les supports de communication adaptés à la cible
- . définir les fondamentaux de l'email marketing et des newsletters
- . concevoir un pitch percutant et adapté à ses interlocuteurs
- . Identifier les fondamentaux techniques de la vidéo mobile

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise ou salarié d'entreprise qui souhaite construire une stratégie de communication impactante

PRE-REQUIS

Cette formation n'a pas de prérequis particuliers et ne nécessite pas de compétences particulières mais il est conseillé d'avoir des bases dans l'utilisation des réseaux sociaux. Un questionnaire de positionnement est prévu pour adapter les séquences pédagogiques aux besoins spécifiques de l'apprenant. Il peut être réalisé en ligne ou lors d'un entretien individuel.

DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 4 jours pour une durée totale de 32 heures. La formation se déroule en présentiel, soit en individuel soit en collectif de 8 personnes maximum. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

MODALITES PEDAGOGIQUES

La méthode pédagogique utilisée dans cette formation se déroule avec une alternance d'écoute active, de pratique à l'oral et d'exercices pratiques. Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices...)

SUIVI ET EVALUATION

À la fin de la formation, il sera remis au stagiaire un certificat de réalisation de formation et des supports pédagogiques (papier ou numérique). Le stagiaire sera soumis à un questionnaire d'évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire d'une grille d'évaluation lors d'exercices pratiques réalisés. Le suivi post-formation est effectué de 3 à 6 mois lors d'un entretien.

ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de Fanny LE SAUX, diplômé en COMMUNICATION et MARKETING, et disposant de 15 ans d'expérience dans son domaine.



DATES ET LIEU DE FORMATION :

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 32 h



Groupe : 8 personnes max



CONTACT

Fanny LE SAUX

06 95 15 82 41

laptitecomdefanny@gmail.com

CONSTRUIRE UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION IMPACTANTE

CONTENU DE LA FORMATION

A ÉLABORER LES OBJECTIFS ET LE MESSAGE D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Identifier les objectifs de communication d'une campagne
Formuler le message clé adapté à une cible précise
Estimer le budget nécessaire pour une campagne de communication
Lister les postes de dépenses d'un plan média
Élaborer un budget prévisionnel cohérent

B SÉLECTIONNER LES SUPPORTS DE COMMUNICATION ADAPTÉS À LA CIBLE

Identifier les supports de communication selon les cibles
Choisir les outils les plus pertinents pour la stratégie
Comparer les outils de communication print et digitaux
Lister les avantages des supports print et digitaux
Comparer l'usage des outils print et digitaux

C DÉFINIR LES FONDAMENTAUX DE L'EMAIL MARKETING ET DES NEWSLETTERS

Découvrir et prendre en main la plateforme Brevo
Créer et gérer des listes et segments de contacts
Concevoir des emails engageants et optimisés pour la conversion
Rédiger et structurer un email (objet, corp)
Créer ou choisir un template Brevo

D AUTOMATISER ET ANALYSER DES CAMPAGNES D'EMAILING ET DE NEWSLETTERS

Programmer, envoyer, automatiser une campagne d'emailing
Suivre les indicateurs clés pour analyser la performance des email
Créer et optimiser des landing pages et des pages de vente efficaces
Différencier landing page et page de vente
Lister les objectifs et rôles des landing page dans une stratégie marketing