

Axe thématique :

## Marketing et communication

---

### Réussir ses supports de communication (2 jours)

- 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 Digital
  - 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