



PROGRAMME DE FORMATION

Communication Globale : Stratégie, Visuel, et Persuasion

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les principes fondamentaux de la communication stratégique et leur importance dans le succès des organisations.
- Développer des objectifs de communication clairs et pertinents en utilisant la méthode SMART et s'assurer de leur alignement avec les objectifs globaux de l'organisation.
- Maîtriser les techniques de rédaction persuasive pour créer des messages clairs et impactants, adaptés aux différents publics cibles.
- Acquérir des compétences de base en design graphique pour améliorer l'esthétique et l'efficacité des supports de communication visuelle.
- Naviguer avec aisance dans l'interface CANVA, utiliser ses fonctionnalités clés, et appliquer les principes de base du design pour créer des visuels attrayants.
- Créer des contenus visuels impactants pour les réseaux sociaux et autres plateformes digitales, en utilisant les templates, la personnalisation d'éléments, et l'importation de médias.
- Construire un pitch efficace en comprenant son principe, ses caractéristiques, et en préparant stratégiquement son contenu pour répondre aux besoins de l'auditoire.
- Utiliser le storytelling et des techniques d'argumentation solides pour structurer un discours persuasif et émotionnellement engageant.
- Maîtriser l'art de la présentation en apprenant à utiliser sa voix et son corps pour renforcer le message, capturer et maintenir l'attention de l'auditoire, et créer un lien.

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR :

À l'issue de ce programme, les participants seront capables de:

- Concevoir et implémenter une stratégie de communication complète et cohérente.
- Créer des contenus visuels professionnels et captivants en utilisant CANVA.
- Pitcher leurs idées de manière convaincante et mémorable, en utilisant des techniques de narration et de présentation efficaces.

PUBLIC CONCERNÉ

Professionnels du marketing, de la communication, entrepreneurs, créateurs de contenu, et toute personne souhaitant approfondir ses compétences en création de vidéos promotionnelles pour vendre un produit.



PRÉ-REQUIS

Connaissances de Base

- **Compréhension de Base de l'Informatique** : Être à l'aise avec l'utilisation d'un ordinateur, d'internet, et des logiciels de base (comme les navigateurs web).
- **Maîtrise du Langage** : Avoir une bonne compréhension de la langue dans laquelle le programme est dispensé, tant à l'écrit qu'à l'oral, pour suivre le contenu et participer activement.

Compétences Techniques

- **Aucune expérience spécifique requise** : Pas besoin d'avoir des compétences préalables en communication, en design graphique, ou en présentation publique.
- **Familiarité avec les Médias Sociaux** : Une connaissance de base des plateformes de médias sociaux peut être utile, mais n'est pas obligatoire.

Matériel Nécessaire

- **Accès à un Ordinateur** : Disposer d'un ordinateur avec une connexion internet stable pour accéder aux outils en ligne comme CANVA et participer aux sessions de formation virtuelles ou regarder des vidéos de formation.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

96 heures - 12 journées

- *En présentiel : 20 stagiaires maximum*
- *Sur site : sur-mesure, nous contacter*
- *En distanciel : 4 stagiaires maximum*

LIEU DE LA FORMATION

- En présentiel : 59 Rte du Pont de Grabieux, 30100 Alès
- Possibilité de formation sur site.
- En distanciel : via Google Meets



CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1 : Fondations de la Communication

Matin (4 heures)

- Introduction à la Communication Stratégique
 - Principes de base : Présentation des éléments clés de la communication (émetteur, message, canal, récepteur, feedback, bruit). Importance de la clarté et de la cohérence dans les messages.
 - Modèles de communication : Survol des modèles de Shannon-Weaver, Laswell, et transactionnel. Comment ces modèles influencent la communication dans différentes organisations.

Après-midi (4 heures)

- Stratégie de Communication
 - Importance : Pourquoi une stratégie de communication est essentielle pour atteindre les objectifs et renforcer la marque. Études de cas pour illustrer le rôle d'une bonne stratégie.
 - Atelier d'Analyse Concurrentielle : Introduction à l'analyse concurrentielle et méthode SWOT. Travail en groupe sur une analyse SWOT d'une organisation fictive ou réelle.

Jour 2 : Analyse Concurrentielle et Objectifs de Communication

Matin (4 heures)

- Atelier d'Analyse Concurrentielle (Suite)
 - Analyse SWOT : Approfondissement de la méthode SWOT. Exemples concrets pour transformer ces éléments en opportunités.
 - Exercice pratique : Étude de cas réels pour identifier les facteurs clés de succès ou d'échec dans la stratégie de communication.

Après-midi (4 heures)

- Définition d'Objectifs de Communication
 - Identification des besoins : Comment déterminer les besoins de communication d'une organisation. Discussion sur l'analyse des publics cibles et des parties prenantes.
 - Collecte et analyse des données : Techniques pour collecter et analyser des données (enquêtes, focus groups). Exercice pratique pour développer des profils de publics cibles.

Jour 3 : Objectifs SMART et Rédaction

Matin (4 heures)

- Atelier sur les Objectifs SMART
 - Méthodologie SMART : Présentation de la méthode SMART pour définir des objectifs de communication.
 - Formulation d'objectifs : Atelier pratique pour définir des objectifs en appliquant la méthode SMART.

Après-midi (4 heures)

- Techniques de Rédaction Persuasive
 - Le pouvoir des mots : Comment la persuasion et le choix des mots influencent l'engagement du public.



- Atelier de storytelling : Création de messages pour différents publics et supports. Partage et feedback.

Jour 4 : Création de Contenu et Diversification

Matin (4 heures)

- Création de Contenu
 - Analyse des plateformes : Adaptation du contenu pour les différents canaux (sites web, réseaux sociaux).
 - Exercice pratique : Création de contenus pour diverses plateformes, en tenant compte de leurs particularités.

Après-midi (4 heures)

- Diversification du Contenu
 - Approches créatives : Blogs, vidéos, podcasts. Importance de diversifier les formats pour toucher un public varié.
 - Outils multimédia : Atelier pour créer du contenu diversifié avec des outils de création.

Jour 5 : Atelier de Contenu Interactif et Design Graphique

Matin (4 heures)

- Atelier de Création de Contenu Engagé
 - Contenu interactif : Création de quiz, sondages, et infographies interactives pour engager l'audience.
 - Outils d'engagement : Utilisation d'outils tels que Mentimeter et Canva pour créer du contenu interactif.

Après-midi (4 heures)

- Introduction au Design Graphique
 - Théorie des couleurs et typographie : Présentation des principes de base du design graphique.
 - Analyse de designs réussis : Étude de cas pour comprendre les éléments d'un design efficace.

Jour 6 : Design Graphique Pratique et Identité Visuelle

Matin (4 heures)

- Atelier Pratique de Design Graphique
 - Création de visuels : Atelier pour créer des visuels attractifs (affiches, bannières).
 - Exercice pratique guidé : Feedback en temps réel pendant la création de visuels.

Après-midi (4 heures)

- Développement de l'Identité Visuelle
 - Élaboration de l'identité : Construction des éléments d'une identité visuelle cohérente (logo, couleurs, typographie).
 - Introduction aux outils : Présentation des logiciels de design graphique comme Adobe Illustrator et Canva.

Jour 7 : Projet d'Identité Visuelle et CANVA

Matin (4 heures)

- Projet Pratique



- Création d'une identité visuelle : Projet en groupe pour créer une identité visuelle complète pour une marque fictive.
- Atelier collaboratif : Affinage de l'identité visuelle avec l'aide des formateurs.

Après-midi (4 heures)

- Introduction à CANVA
- Découverte des fonctionnalités : Exploration des outils de base de Canva pour créer des visuels.
- Exercice pratique : Création d'un visuel simple avec Canva.

Jour 8 : CANVA Avancé et Design Responsive

Matin (4 heures)

- Module Avancé sur CANVA
- Fonctionnalités avancées : Utilisation des calques, animations, et maquettes dans Canva.
- Atelier de projets complexes : Création de projets complexes comme des infographies animées.

Après-midi (4 heures)

- Atelier de Design Responsive
- Adaptation des contenus : Création de contenus adaptés à divers supports (ordinateurs, smartphones).
- Exercice de conception : Adaptation d'un design pour différents formats.

Jour 9 : Campagne de Communication Digitale sur CANVA

Matin (4 heures)

- Conception d'une Campagne Digitale
- Planification : Définition des objectifs et des publics cibles pour une campagne digitale.
- Atelier pratique : Création d'une campagne digitale avec Canva.

Après-midi (4 heures)

- Collaboration et Gestion de Projet
- Collaboration sur CANVA : Utilisation des outils de collaboration de Canva pour le travail en équipe.
- Travail en équipe : Finalisation de la campagne digitale et présentation.

Jour 10 : L'Art du Pitch et Techniques de Présentation

Matin (4 heures)

- Fondations et Structure d'un Pitch
- Élaboration d'un pitch : Structure et techniques pour créer un pitch convaincant.
- Techniques de storytelling : Utilisation du storytelling pour renforcer l'impact du pitch.

Après-midi (4 heures)

- Préparation et Pratique des Pitches
- Atelier de développement : Création de pitches adaptés à différents publics.
- Répétitions : Présentation des pitches et feedback.

Jour 11 : Présentation Dynamique et Q&A

Matin (4 heures)



- Présentation Dynamique
 - Communication non verbale : Importance de l'expression corporelle et de la modulation de la voix.
 - Techniques d'engagement : Stratégies pour connecter avec l'audience.

Après-midi (4 heures)

- Gestion du Q&A
 - Gestion des questions : Techniques pour gérer les sessions de questions-réponses.
 - Simulation : Présentation et gestion d'une session de Q&A.

Jour 12 : Projets Finaux et Conclusion

Matin (4 heures)

- Finalisation des Projets
 - Atelier final : Finalisation des projets de communication.
 - Répétitions : Ajustements finaux avec feedback.

Après-midi (4 heures)

- Présentation des Projets et Feedback
 - Présentation : Présentation des projets finaux devant les participants et les formateurs.
 - Clôture : Feedback, distribution des certificats.



MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation combine des exposés théoriques, des études de cas, des exercices pratiques, des quizz en salle, et des supports de formation projetés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des compétences acquises à travers des exercices pratiques, des études de cas, et un QCM final.

PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Voir la convention établie.

MOYENS TECHNIQUES

Mise à disposition de salles équipées de rétroprojecteurs.

TARIF

Nous contacter pour un devis.

DÉLAI D'ACCÈS

Pour une formation en présentiel, les inscriptions doivent être réalisées 2 semaines avant le début de la formation.

Pour une formation sur site, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation en fonction des disponibilités des 2 parties.

Pour une formation en distanciel, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation.

CONTACT

Gaune Solenn

Référente pédagogique et formatrice

formation@apostrophe-consulting.fr

0762736089