

# Communication marketing

## CHOISIR ET RÉDIGER SES OUTILS DE COMMUNICATION

### OBJECTIFS :

Comprendre la structure et les dynamiques du marché cible, et identifier les principaux concurrents et leurs offres.

- Identifier et segmenter le marché cible pour définir des objectifs de communication précis.
- Choisir les outils de communication les plus appropriés en fonction des objectifs.
- Concevoir et rédiger des supports de communication efficaces adaptés aux objectifs et aux outils sélectionnés.
- Appliquer les compétences acquises pour concevoir une campagne de communication complète.

### PRÉREQUIS & ACCESSIBILITÉ :

Prérequis :

Avoir une connaissance basique du marketing et du système de communication.

Accessibilité :

- Toute personne impliquée dans la conception, l'élaboration et l'implémentation d'outils de communication stratégiques au sein d'une entreprise.
- Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap, merci de consulter notre référent handicap.

**DURÉE : 2 jours / 14 heures**

V20.1

màj : 09/20

### Méthode pédagogique et encadrement :

Cette formation est animée par un formateur expert dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées selon les critères qualité d'Aptitudes 21.

L'animation est composée d'apports théoriques, de mises en situations professionnelles et d'exercices pratiques.

### Moyens pédagogiques :

Ordinateurs, logiciels, tableau blanc, vidéo-projecteur, écran.

En fin de formation, vous aurez un accès à la plateforme pédagogique Aptitudes 21 sur laquelle vous pourrez consulter et télécharger vos supports de formation.

### Modalités d'évaluation des objectifs et des résultats :

L'évaluation des objectifs se fait par le formateur, pendant la formation avec les exercices pratiques, les interactions et les mises en situation pratiques.

Le formateur complète un livret d'évaluation selon une grille de compétences précise.

Lieu : 61/69 rue Camille Pelletan  
Espace Emeraude  
33150 Cenon

# Contenu de la formation

## Connaitre son marché

- Segmentation du marché
- Notion de cibles, zonage
- Choix des cibles
- Comportements d'achats

## Définir ses objectifs

- Lancer un produit ou service
- Trouver de nouveaux prospects
- Atteindre un nouveau marché
- Fidéliser sa clientèle
- Développer des partenariats

## Choisir les bons outils de communication

- Annonces publicitaires
- Mailings
- Courriers électroniques
- Newsletters
- Publications réseaux sociaux
- Prospection téléphonique
- Blogs
- Prospectus...
- Avantages / Inconvénients
- Quoi, pourquoi, pour qui ?

## Concevoir le support

- L'accroche
- Illustration de l'annonce / du plan
- Rédaction de l'annonce / du plan
- Inclure les astuces promotionnelles, nouveautés...
- Techniques pour faciliter les réponses
- Exercices pratiques
- Rédaction d'un plan de prospection téléphonique
- Rédaction d'une publication propre à son activité