



COMMUNICATION MULTICANALE

METTRE EN PLACE VOTRE STRATÉGIE

Présentation de la formation



CARINE GOURIADEC

Consultante éditoriale et Formatrice



La communication multicanale, c'est quoi ?



- Animer un site et les réseaux sociaux
 - Concevoir des contenus adaptés aux contraintes du digital
 - Mettre la puissance de l'éditorial au service de son business
- Savoir structurer une information pour intéresser et convaincre sa cible
- Coordonner des canaux de diffusion et des formats de contenus multiples
- Avoir une vision stratégique de sa communication
 - Etablir des synergies entre le off-line et le on-line, l'interne et l'externe
 - Offrir une expérience utilisateur



3 jours pour...



- Comprendre **l'écosystème médiatique** pour adopter une **vision d'ensemble de la stratégie de communication**.
- Renforcer **vos compétences rédactionnelles** pour **produire des contenus plurimedia efficaces**.
- **Découvrir** les diverses facettes des **nouvelles écritures**, dites « numériques », du référencement à la pression de l'audience, en passant par l'influence des réseaux sociaux ou les impératifs du mobile.
- Décrypter **l'identité de sa cible** pour susciter son engagement.
- Identifier les multiples **canaux** et **formats** de communication.
- **Bâtir une stratégie** en fonction de votre identité, vos impératifs, objectifs.
- **Orchestrer** les diverses formes d'expression en générant de la **créativité**.
- **Répondre** à vos attentes ! A tout moment, n'hésitez pas à poser vos questions...



Sommaire



PARTIE 1 Avoir une vision stratégique de la communication

PARTIE 2 Concevoir et produire des contenus efficaces, en respectant les règles de la communication digitale

PARTIE 3 Devenir un chef d'orchestre plurimedia : diversité, créativité, coordination



En avant-goût... de l'émotion dans la communication



- Le consommateur réagit s'il est touché, diverti, intrigué, choqué, séduit, s'il a envie de s'engager : c'est-à-dire **lorsqu'il vit une émotion...** On parle de lui faire vivre une expérience !
- Une stratégie de communication globale doit inclure des **formats de contenus impactants** (video).
- Elle doit savoir raconter des histoires (**storytelling**).
- Elle impose de penser visuel, mouvement, de mixer dialogues, image, texte et musique. De **scénariser les données**.
- Le pouvoir est à l'inventivité, à la **créativité**.



Plus d'infos : https://www.huffingtonpost.fr/claude-nahon/marketing-emotions-marques_b_8139402.html



A bientôt !

