



**FLC FORMATION**

## OPTIMISER LA PUBLICITE DE SON ENTREPRISE

**DUREE** : 2 jours soit 14 heures

**PUBLIC** : Tout public - Groupes de 6 à 8 personnes

**PREREQUIS** : Aucun

**MODALITES D'ACCES A LA FORMATION** Accès direct

**METHODE PEDAGOGIQUE**

Notre approche est active, basée sur l'écoute et la prise en compte des besoins réels des personnes formées. Les progressions reposent sur des contenus théoriques et des mises en pratique

**PLATEAU TECHNIQUE**

Méthodes et ouvrages, caméscope, rétro projecteur, vidéo, CDROM, et documents professionnels

**SUPPORT DE COURS**

Un document de synthèse est remis à chaque participant

**FORMATEURS**

Tous les formateurs en management sont diplômés et spécialisés dans leurs domaines d'intervention et ont acquis une expérience très significative en entreprise

**EVALUATION DE LA FORMATION**

Une évaluation en début de formation permet de situer les acquis de chacun et de déterminer les manques. Des bilans sont proposés à la fin de chaque thème abordé pour en vérifier l'acquisition. Une évaluation finale sous forme d'exercices d'application permet de mesurer la progression en termes d'acquisition des compétences

**OBJECTIF A ATTEINDRE**

Donner une image, une notoriété à votre entreprise Adopter une communication adaptée au profil de chaque client Savoir maîtriser son budget de communication au plus juste

**COMPETENCES A ACQUERIR**

**LES GRANDS PRINCIPES DE LA COMMUNICATION**

- Les grands principes de la communication commerciale
- La méthode AIDA
- Elaborer une stratégie de communication cohérente
- Les principes de répétitivité et de cohérence de la communication commerciale

**MIEUX UTILISER LES MEDIAS LOCAUX**

- Forces et faiblesses, tarifs locaux, des différents médias en présence (presse régionale, télévision locale, radios locales, internet, communication de réseaux.)
- Techniques de planification des campagnes (medias planning)
- Obtenir des reportages de la presse (communiqué de presse)

**LE HORS MEDIAS**

- La communication par la création d'évènements locaux
- Maîtriser la communication de proximité hors médias (prospectus, flyers)
- Faire un dépliant, un catalogue, une plaquette
- Elaborer son logotype, maîtriser sa charte graphique

**MAITRISER LA CREATION PUBLICITAIRE**

- Les circuits de lecture d'une publicité
- La symbolique des couleurs et des formes
- Les différentes approches créatives

