Découvrir les leviers complémentaires de communication à moyen terme

Durée	1 Jour - (8 Heures)
Pré-requis	Aucun
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés souhaitant développer la communication de leur entreprise
Intervenants	Formateur spécialisé en communication et marketing
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Cours théoriques avec benchmark d'inspiration - Ateliers pratiques avec exercices guidés pas à pas - Restitution finale des travaux - Livraison de fiches mémos et d'un lexique.

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique, outils numériques (Canva, Google Docs/Sheets, ChatGPT).

Évaluation :
L'évaluation continue est réalisée par le formateur au début et fin de formation avec validation des acquis. Une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et grille d'évaluation de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier et sélectionner les leviers de communication pertinents à moyen terme pour une TPE
- Mettre en place des outils digitaux et physiques (page web, newsletter, flyers, partenariats, fidélisation) pour renforcer la visibilité et la relation client

PROGRAMME

JOUR 1

- Supports physiques et goodies : flyers, affiches, cartes de visite, objets promotionnels
- Outils digitaux : création d'une page web simple et gestion d'un nom de domaine
- Mise en place d'une newsletter adaptée à sa clientèle
- Campagnes SMS et leur intérêt pour la fidélisation
- Programme de fidélisation : cartes de fidélité, avantages clients
- Expérience client en boutique : aménagement du lieu, accueil, événements
- Développer des partenariats locaux pour renforcer la visibilité et l'ancrage territorial
- Présence en ligne locale : optimisation de la fiche Google Business Profile
  - Atelier pratique et restitution des travaux