

Stratégie de communication cross-media : créer des synergies gagnantes

-Référence: **COM-30**

-Durée: **2 Jours (14 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Appréhender les spécificités de la communication cross-media
- Comprendre les complémentarités entre les différents médias
- Concevoir et mettre en oeuvre une stratégie de communication efficace et pertinente avec une synergie entre les médias
- Mesurer l'efficacité des ses actions de communication cross-media et savoir optimiser sa stratégie

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Directeurs et responsables de la communication, toute personne impliquée dans la mise en oeuvre d'une stratégie de communication cross-media.

PRÉREQUIS :

- Aucun.

Programme

- **Comprendre les spécificités du cross-media**
 - Appréhender les enjeux actuels de la communication.
 - Identifier les nouveaux comportements des publics et les services associés : interactivité, nomadisme, immédiateté.
 - Dresser un panorama des médias print, online et offline et comprendre leurs spécificités.
 - Identifier la pertinence du cross-media face au transmédia.
 - Comprendre le rôle d'internet dans les plateformes de cross-media.
 - Réflexion collective Brainstorming en sous-groupe : les questions à se poser pour choisir ses médias.
- **Définir les interactions et les synergies entre les médias**
 - Comprendre la problématique de l'audience.
 - Connaître les différents profils de son audience.
 - Analyser les habitudes et les comportements des publics : socio-démo, professionnel.

Programme

- Mettre en avant les éléments de cohérence entre les canaux de vente, de communication et les services de l'entreprise.
- Savoir quelles interactions développer entre les différents médias.
- Travaux pratiques Etablir une cartographie des publics en lien avec les usages médias.
- **Concevoir une stratégie cross-media**
 - Respecter les étapes clés de l'élaboration d'une stratégie de communication, de la problématique jusqu'au bilan.
 - Définir ses objectifs.
 - Etablir un dispositif pour ses personas.
 - Travaux pratiques Définir les axes d'une stratégie de cross-media à partir d'un objectif donné.
- **Construire le concept créatif**
 - Savoir adopter un positionnement différenciant.
 - Passer de la visibilité sur le Web à la relation voire la conversation avec son audience.
 - Veiller à la cohérence éditoriale et graphique des actions de communication.
 - Benchmarking et analyse d'actions cross-media.
 - Etude de cas Elaborer un plan d'actions cross-media pour une problématique donnée.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc