

FORMATIONS
2019

redactevent
Donnons à vos projets une nouvelle dimension

Sommaire

01.	L'INTERVENANTE	03
02.	LES FORMATIONS	04
03.	LES MOYENS PÉDAGOGIQUES	15
04.	LA MISE EN PLACE DE LA FORMATION	16
05.	L'ÉVALUATION DE LA FORMATION	16
06.	LES MOYENS DE SUIVI MIS EN OEUVRE	16
07.	LES COÛTS	16
08.	LES FORMATIONS SUR MESURE	16



L'intervenante

FRANÇOISE LANDURÉ

Communicante, formatrice et speaker, fondatrice de l'agence RedactEvent. Elle accompagne les entreprises dans l'élaboration de leur stratégie éditoriale et la rédaction de leurs contenus. Elle dispose d'une expertise en rédaction journalistique, référencement naturel, ainsi qu'en rédaction de propositions commerciales et réponses à appels d'offres (proposal management).

Elle a été pendant dix ans la responsable communication de Promosalons, association de promotion internationale des foires et salons, affiliée à la Chambre de commerce et d'industrie de Paris. Elle a également exercé dans le secteur de la presse professionnelle et de l'événementiel.

LES FORMATIONS



- ☞ Maîtriser sa communication écrite et visuelle
- ☞ Améliorer et harmoniser les écrits de l'entreprise
- ☞ Écrire pour le web
- ☞ Rédiger des communiqués et des dossiers de presse
- ☞ Concevoir et rédiger des propositions commerciales et réponses à appels d'offres
- ☞ Se réconcilier avec l'orthographe
- ☞ Perfectionner son orthographe
- ☞ Français Langue Étrangère, améliorer son aisance à l'oral
- ☞ Structurer ses interventions en public

MAÎTRISER SA COMMUNICATION ÉCRITE ET VISUELLE

Le public concerné : personnes en charge de la communication (dirigeant(e), responsable communication, assistant(e)...)
Pré-requis : aucune connaissance particulière

L'objectif

Toutes les entreprises ont besoin de supports de communication pour diffuser leurs messages en interne et/ou en externe. Ces supports doivent être réalisés de manière professionnelle, en termes de contenus comme de forme. Cette formation vous permettra :

☞ De connaître les fondamentaux de la communication (sym-

bolique des formes, des couleurs, styles d'écriture...)

☞ De choisir les bons supports

☞ De communiquer efficacement avec les créatifs

Exercices et études de cas (inspirés de vos outils) permettront de s'approprier quelques bonnes pratiques.

Le programme

1. Préambule : définir sa stratégie marketing et communication
2. Choisir ses supports (zoom sur les nouveaux médias)
3. Construire ses messages
4. Savoir rédiger : techniques de rédaction journalistique
5. Adapter le style rédactionnel à la cible et au support (zoom sur la rédaction web)
6. Savoir se relire
7. Harmoniser les écrits de l'entreprise : la charte rédactionnelle
8. Définir son identité visuelle : la charte graphique. Choisir ses illustrations
9. Bien travailler avec des prestataires (cahier des charges)
10. Exercices pratiques : entraînement à la rédaction ; poser les bases d'un cahier des charges

AMÉLIORER ET HARMONISER LES ÉCRITS DE L'ENTREPRISE

Le public concerné : personnes en charge de la communication (dirigeant(e), responsable communication, assistant(e)...) Pré-requis : aucune connaissance particulière

L'objectif

La qualité des écrits d'une entreprise a un impact sur son image, sur la force de ses messages, donc sur sa notoriété et sa réussite commerciale. Toute entreprise doit avoir son propre style rédactionnel et tous ses écrits doivent être harmonisés.

Cette formation vous permettra :

- ☞ D'améliorer vos techniques rédactionnelles
- ☞ D'adapter vos écrits aux supports et aux cibles visés
- ☞ De découvrir des méthodes pour harmoniser les écrits de l'entreprise

Le programme

Introduction :

- ☞ Pourquoi bien écrire ?
- ☞ L'harmonisation des écrits
- ☞ L'adaptation des écrits à la cible

1. Les règles de rédaction journalistique.
2. Les principales différences selon les cibles (clients, presse, institutionnels...) : le ton, le style rédactionnel à adopter
3. La charte rédactionnelle
4. Outils pratiques pour construire ses messages

5. Exercice pratique : poser les bases d'un document au choix (communiqué de presse, e-mailing, flyer...)

Conclusion :

Quelques conseils pour bien écrire.

ÉCRIRE POUR LE WEB

L'objectif

Votre site internet ne doit pas être une simple carte de visite sur le net. Il doit être trouvé par les internautes et devenir un véritable outil de développement commercial pour votre entreprise.

Le public concerné : personnes en charge de la communication (dirigeant(e), responsable communication, assistant(e)...) Pré-requis : aucune connaissance particulière

Grâce à une meilleure maîtrise des techniques rédactionnelles, vous obtiendrez un meilleur positionnement de votre site internet et vous séduirez davantage vos prospects.

Le programme

1. Préambule : comprendre les principes du référencement naturel et le comportement des internautes
2. Déterminer ses objectifs et ses cibles
3. Choisir ses expressions clés
4. Créer un menu optimisé
5. Structurer ses articles
6. Savoir rédiger ses articles
7. Savoir rédiger les balises meta
8. Les points importants à retenir,
9. les principaux pièges à éviter
9. Exercices pratiques : entraînement à la rédaction

RÉDIGER DES COMMUNIQUÉS ET DES DOSSIERS DE PRESSE

Le public concerné : personnes en charge de la communication (dirigeant(e), responsable communication, assistant(e)...) Pré-requis : aucune connaissance particulière

L'objectif

Communiquer dans la presse permet de développer la notoriété de son entreprise. C'est un travail de longue haleine, qui nécessite d'instaurer une relation régulière avec les journalistes. Mais on ne s'adresse pas à un journaliste comme à un prospect. Loin de toute promotion, on doit lui

apporter des informations pertinentes, utiles à ses lecteurs. Cette formation pratique vous livrera les principales clés pour gérer vos relations presse et rédiger vos dossiers et communiqués selon les codes de la rédaction journalistique.

Le programme

1. Pourquoi écrire des communiqués et des dossiers de presse ?
2. Comment s'adresse-t-on aux journalistes ?
3. Les différents types de CP et de DP
4. La méthodologie
5. Les techniques de rédaction journalistique
6. La forme
7. L'envoi du CP et/ou du DP et le suivi
8. Exploiter les retombées
9. Exercices pratiques : entraînement à la rédaction

CONCEVOIR ET RÉDIGER

DES PROPOSITIONS COMMERCIALES ET RÉPONSES À APPELS D'OFFRES

Le public concerné : personnes en charge des propositions commerciales (dirigeant(e), responsable commercial ou marketing, assistant(e)...)
Pré-requis : aucune connaissance particulière

L'objectif

Le succès d'une réponse à appel d'offres tient à de nombreux paramètres : la capacité à apporter une réponse adaptée à la demande et à se distinguer de la concurrence, la compétitivité, mais aussi la qualité de la rédaction et de la présentation. Cette formation permettra aux participants :

☞ De concevoir des réponses à appels d'offres répondant

aux priorités des prospects

- ☞ De mettre en avant leurs arguments et leurs atouts
- ☞ D'acquérir des techniques rédactionnelles qui facilitent la lecture et favorisent la transmission des messages

Le programme

1. Introduction
 - Les attentes des prospects
 - Les principales qualités d'une réponse à appel d'offres
 - Les principaux écueils
2. Concevoir la réponse à appel d'offres
 - Identifier les critères de décision du prospect
 - Lister les arguments permettant d'y répondre
 - Apporter des preuves
 - Identifier les atouts et les faiblesses de la concurrence
3. Organiser la réponse
 - Structurer les parties : du plus important au moins important
 - Créer des thèmes et sous-thèmes
4. Rédiger la proposition
 - Identifier les détails à mettre en annexes
 - Acquérir des techniques rédactionnelles efficaces
 - Choisir son vocabulaire (éviter le jargon, employer des termes clairs et harmonisés...)
 - Rédiger une synthèse facilitant la prise de décision
 - Rédiger un sommaire riche et attractif
 - Rédiger une lettre d'accompagnement personnalisée
5. Exercice pratique : analyser un appel d'offres et identifier les principaux éléments de réponse
6. Conclusion

SE RÉCONCILIER AVEC L'ORTHOGRAPHE

Le public concerné : tout collaborateur amené à communiquer par écrit

Pré-requis : maîtriser la langue française écrite et parlée

L'objectif

Quelle que soit sa fonction dans l'entreprise, tout collaborateur est amené à adresser des messages écrits. Le mail, notamment, est devenu un support incontournable pour les échanges. Ecrire sans faute permet de gagner en aisance et de contribuer à une image qualitative de l'entreprise.

Cette formation vous permettra :

- ☞ De reprendre confiance grâce à une approche ludique et de nombreux exercices
- ☞ De disposer d'outils pour vous approprier votre apprentissage et poursuivre votre progression dans la durée.

Le programme

1. Connaître la composition de la phrase
2. Revoir l'orthographe d'usage (pluriel des noms, accords des adjectifs, accents et cédilles)
3. Savoir conjuguer les verbes et accorder le participe passé
4. Maîtriser la concordance des temps
5. Corriger ses erreurs de vocabulaire et d'expressions
6. Apprendre à se relire
7. Découvrir des outils ludiques pour progresser



PERFECTIONNER SON ORTHOGRAPHE

L'objectif

Écrire avec aisance et sans faute est un atout au quotidien : cela permet de s'adresser avec confiance à tout interlocuteur, interne ou externe, et de faire passer ses messages de manière claire, avec un ton et un style adaptés au contexte.

Le public concerné : managers et collaborateurs amenés à communiquer régulièrement par écrit, notamment vis-à-vis de l'externe
Pré-requis : posséder les bases de la grammaire et de l'orthographe

Cette formation vous permettra :

- ☞ De réviser les fondamentaux afin d'ôter vos doutes
- ☞ D'améliorer la structure et la qualité de vos écrits.

Le programme

1. Réviser la terminologie de la grammaire
2. Connaître les conjugaisons et éviter les confusions
3. Approfondir les subtilités d'accords du participe passé
4. Maîtriser le pluriel des noms et des adjectifs
5. Varier son vocabulaire grâce à des méthodes ludiques
6. Structurer ses écrits
7. Partie personnalisée : corriger ses erreurs les plus courantes



FRANÇAIS LANGUE ÉTRANGÈRE, AMÉLIORER SON AISANCE À L'ORAL

Le public concerné : collaborateurs souhaitant améliorer leur expression orale en français.
Pré-requis : connaître les bases de la langue française.

L'objectif

Tout professionnel a besoin de communiquer aisément avec ses interlocuteurs. La maîtrise de la langue française facilite aussi l'insertion et l'évolution professionnelle. Cette formation de 3 jours vous permettra :

☞ De mieux comprendre et vous faire comprendre

- ☞ D'adopter les codes et le vocabulaire appropriés
- ☞ De communiquer de manière plus fluide et plus efficace

Le programme

1. S'exprimer sans fautes
 - Connaître les bases essentielles de la grammaire et de la syntaxe
 - Se familiariser avec les différents registres de langue
 - Corriger les erreurs courantes (faux-amis, homonymes...)
2. Améliorer sa compréhension orale
 - Repérer les éléments de contexte et facilitateurs
 - Surmonter les obstacles à la compréhension
3. Avoir des échanges fluides et qualitatifs
 - Savoir capter l'attention
4. Maîtriser les codes de la communication professionnelle
 - Structurer son propos
 - Connaître les expressions idiomatiques
 - Améliorer sa prononciation
5. Exercices pratiques et jeux de rôle
 - Connaître les codes socioculturels
 - S'adapter à son interlocuteur
 - Savoir reformuler ou faire répéter
 - Communiquer au téléphone



STRUCTURER SES INTERVENTIONS EN PUBLIC

Le public concerné : dirigeants ou managers souhaitant s'exprimer de manière claire et synthétique à l'oral.

Pré-requis : aucune connaissance particulière.

L'objectif

Une intervention efficace à l'oral repose sur un discours bien construit, avec des mots et des formules choisis avec soin.

Cette formation vous permettra :

- ☞ De structurer votre discours

- ☞ D'optimiser vos formulations

Le programme

1. Améliorer son esprit de synthèse à l'oral
 - Évaluer son degré d'analyse et de synthèse ; connaître ses axes d'amélioration
 - Définir son objectif
 - Déterminer son message essentiel
 - Identifier son idée-force – Classer et mettre en lien ses idées
2. Mieux structurer son discours
 - Connaître les 3 grands types d'exposés
 - Maîtriser les différentes parties d'un discours : accroche, introduction, corps du discours, conclusion
 - Outils : la méthode Octopus, les cartes heuristiques (mindmap), le triptyque
 - Minuter, se préparer
3. Être plus percutant(e), travailler ses accroches
 - Les clés pour réussir une allocution
 - Le pitch elevator / Le storytelling
 - Les techniques d'argumentation
 - Les réponses aux questions, la reformulation
 - La notion d'assertivité, lever les doutes
4. Utiliser un vocabulaire riche et adapté
 - S'adapter à ses interlocuteurs
 - Outils : information « PUNI » ; message « CLAIR » ; l'association (mots) ; la boîte à expressions
 - Les mots de liaison, les expressions pour l'argumentation, les mots magiques
 - Les expressions et formulations à éviter
5. Exercice : Présentation à l'oral sur une thématique au choix.



LES MOYENS PÉDAGOGIQUES

Nous disposons d'une palette d'outils pédagogiques que nous utilisons en tenant compte du public, de la durée et des objectifs de la formation. Cette palette se développe du fait de l'évolution des sujets abordés. Nous intégrons au fur et à mesure de nouveaux modules interactifs.

Supports de formation

- ☞ Chaque formation s'appuie sur un support projeté lors des séances
- ☞ Le support de formation est ensuite remis à chacun des participants sous format numérique

Outils individuels

- ☞ Lecture et étude de documents
- ☞ Études de cas
- ☞ QCM

Outils collectifs

- ☞ Vidéos
- ☞ QCM collectifs
- ☞ Ateliers de réflexion en groupe
- ☞ Post-it meetings
- ☞ Brainstormings

Supports techniques

- ☞ Un vidéo-projecteur
- ☞ Un paperboard ou tableau blanc
- ☞ Un ordinateur et / ou un smartphone par stagiaire

LA MISE EN PLACE DE LA FORMATION

Dès l'inscription, envoi d'une convention de formation. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

L'ÉVALUATION DE LA FORMATION

Questionnaire renseigné par les participants à la fin de la formation. Les résultats de ce questionnaire sont communiqués à l'entreprise

LES MOYENS DE SUIVI MIS EN OEUVRE

Attestation de présence envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation

LES COÛTS

Notre prix d'intervention est fixé à 700,00 euros HT par jour et par stagiaire.

Au-delà de deux stagiaires, nous appliquons un tarif dégressif, à étudier en fonction de votre demande.

Les frais de déplacement en région Ile de France et les frais de reprographie sont inclus.

LES FORMATIONS SUR MESURE

Nous animons des formations clé en main ou bâties sur-mesure pour coller aux besoins spécifiques des entreprises. Chaque formation est modulable et adaptable en termes de contenus et de durée en fonction des attentes et besoins des apprenants et de l'entreprise.

Pour toute demande d'adaptation ou de conception d'un programme spécifique, nous étudions avec l'entreprise le profil du public visé, le nombre de stagiaires ainsi que les compétences attendues. En fonction de ces éléments, nous modifions le programme et la durée. Dès validation des nouveaux éléments, nous faisons parvenir à l'entreprise le programme modifié et le devis associé.

*Réalisation www.isaq.fr
© Shutterstock, Rawpixel.com*

REDACTEVENT

*T 06 69 11 16 65
contact@redactevent.fr
www.redactevent.fr*

*Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 11910805891 auprès du préfet de région d'Ile-de-France
Organisme référencé Datadock*

