

FORMACODE : 46270

5 JOURS (35H)

Objectif pédagogique : Maîtriser la méthodologie de la stratégie de communication dans le monde du vin et associé (domaine viticole, restaurant, bar à vins, agent commercial vin et spiritueux, ...)

Objectifs opérationnels : Etre capable de monter une stratégie de communication, de créer des visuels de communication, de créer des comptes Facebook, Instagram et Twitter et de gérer sa communication sur les réseaux sociaux

PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation s'adresse aux personnes amenées à créer ou gérer la stratégie de communication d'entreprise. (Gérants, salariés, demandeurs d'emploi, auto-entrepreneurs,...)

Cette formation est spécialisée dans le monde du vin et associés (vigneron, caviste, agent commercial vin, restauration, bar à vin ...)

PRÉ-REQUIS

Etre capable d'utiliser internet (niveau basique) et avoir un ordinateur ou un smartphone.

ACCESSIBILITE HANDICAP

En présentiel, toutes les formations ont lieu dans des salles accessibles aux personnes à mobilité réduite.

Pour toutes les situations de handicap, merci de nous contacter le plus en amont possible (1 mois) pour étudier la faisabilité et l'adaptation de la formation : logistique, pédagogie et animation de la formation.

PROFIL DE VOTRE FORMATEUR

Cette formation est assurée par :

Une consultante en communication dans le vin ayant plus de 10 ans d'expérience .

PARTICIPANTS

Cette formation est assurée pour des groupes entre 1 et 5 personnes

FORMATION PROFESSIONNELLE

Attestation remise par Atout Terroir

INSCRIPTIONS ET DELAIS D'ACCES

L'inscription se fait par email après un entretien mail/téléphone auprès de l'équipe d'Atout Terroir qui valide la faisabilité et la pertinence du projet de formation selon les pré-requis établis. Un programme et un devis sont envoyés. A l'issue de la validation du devis, la formation pourra être planifiée au plus tôt dans les 15 jours .

LIEU

Cette formation peut être assurée en entreprise ou au centre de formation Atout Terroir

5 rue de la Lucques

34725 Saint André de Sangonis (à 20 min de Montpellier)

CONTACT

Pour les inscriptions et les demandes de renseignement veuillez contacter :

Josselin MENDIGAL - Responsable pédagogique

Laetitia MATHIEU - Gérante

Mail : contact@atout-terroir.com

Téléphone : 07 82 55 14 72 / 06 95 09 00 47

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Modalités pédagogiques :

Cas pratique de création d'une stratégie de communication et de réseaux sociaux selon le projet du stagiaire. Méthode de l'incident et discussion collective . Si le stagiaire n'a pas de projet défini, le formateur lui remettra un cas pratique réel de création d'une gréation de stratégie et de réseaux sociaux pour un vigneron, un restaurateur ou un agent commercial.

Matériel utilisé :

Supports de formation . Ordinateur fixe ou portable et/ou smartphone du stagiaire.

Documents remis au stagiaire :

Manuels de formation "Ma stratégie de communication"

Rôle du formateur :

Évaluer les compétences - Évaluer les acquis - Apports théoriques - Animation de groupe dans le but de faire émerger les solutions par des techniques d'animation participative

MODALITÉS DE SUIVI ET D'EVALUATION DES STAGIAIRES ET DES FORMATEURS

Suivi des stagiaires :

Attestations de présence, attestation d'entrée en formation et attestation de fin de formation

Evaluations des stagiaires en début et fin de formation :

Autodiagnostic en début de formation

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par la réalisation du cas pratique

Evaluation de la satisfaction en fin de formation

Evaluation de la satisfaction post-formation (taux d'insertion, taux d'augmentation du chiffre d'affaires)

Evaluation du formateur par les stagiaires en fin de formation :

Questionnaire

5 JOURS (35H)

Objectif pédagogique : Maîtriser la méthodologie de la stratégie de communication dans le monde du vin et associé (domaine viticole, restaurant, bar à vins, agent commercial vin et spiritueux, ...)

Objectifs opérationnels : Etre capable de monter une stratégie de communication, de créer des visuels de communication, de créer des comptes Facebook, Instagram et Twitter et de gérer sa communication sur les réseaux sociaux

PROGRAMME DE FORMATION

BLOC DE COMPETENCES : STRATEGIE DE COMMUNICATION DANS LE MONDE DU VIN ET ASSOCIES - SPECIALITE RESEAUX SOCIAUX

1. DÉMARCHE DE COMMUNICATION

Etat des lieux

- SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)
- Autodiagnostic : Quelle est ma stratégie, ma notoriété, mes objectifs ?

Établir une stratégie de communication

- Bâtir un plan de communication : Quels médias pour quels objectifs ?
- Définir le ton de ma communication
- Évaluer les fréquences de communication
- Définir le type de communication

2. COMMUNICATION VISUELLE

Cadre légal et présentation générale

- La Loi EVIN
- Communication visuelle opérationnelle
- Choix de 2 supports (parmi : logo, dépliant, affiche, PLV, etc.)
- Étude structurelle et formelle (conception et maquette)

Ateliers cas pratiques :

- Réalisation d'un visuel , Flyer , sur le logiciel CANVA
- Réalisation d'une affiche , sur le logiciel CANVA
- Réalisation d'un Dossier de Presse , sur le logiciel CANVA

3. COMMUNICATION DIGITALE

Panorama des réseaux sociaux

- Facebook - Instagram - Twitter - You Tube - LinkedIn - Snapchat

Autodiagnostic digital

- Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces
- Quelle est ma stratégie aujourd'hui ?
- Quelle est mon e-réputation ?
- Quels sont mes objectifs ?

Établir une stratégie de communication digitale

- Bâtir un plan de communication : Quels réseaux pour quels objectifs ?
- Définir le ton de ma communication
- Évaluer les fréquences de communication selon les réseaux

Ma communication globale sur les réseaux

- Sur Facebook : différences entre les types de pages/profils et les actions possibles sur le réseau
- Sur Instagram : profil professionnel ou personnel ? quelles actions possibles ?
- Sur Twitter : Fonctions et actions possibles ?

- Repérer et communiquer avec les blogueurs ou comptes influents afin d'augmenter sa visibilité digitale

La communication d'un événement

- Augmenter la visibilité de l'évènement grâce aux réseaux sociaux
- Identifier les opportunités publicitaires sur Facebook, Twitter et Instagram
- Connaître les différentes métriques : like, share , porté, impression , followers, ...

DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE

Auto-diagnostic en début de formation, dans le but d'évaluer le niveau de connaissance de chaque stagiaire, afin d'adapter le rythme de la formation .
Tour de table des projets de création communication en début de formation

BLOC DE COMPETENCES : STRATEGIE DE COMMUNICATION DANS LE MONDE DU VIN ET ASSOCIES - SPECIALITE RESEAUX SOCIAUX

1. DEMARCHE DE COMMUNICATION (7H)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme
Cas pratique - Autodiagnostic de la communication de son entreprise , établir un SWOT

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par le réussite du Cas pratique.

2. COMMUNICATION VISUELLE (14h)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme
Cas pratique - Réalisation d'un flyer , d'une affiche et d'un dossier de presse

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par le réussite du Cas pratique.

Evaluation de la connaissance du cadre légal par un QCM

3. COMMUNICATION DIGITALE (14h)

Apprentissage théorique de chaque étape constituant le programme
Cas pratiques:
- Autodiagnostic des réseaux sociaux
- Etablir une stratégie de communication digitale
- Création de comptes facebook, instagram et twitter professionnels
- Création et promotion d'un évènement fictif ou réel

Evaluation de fin d'étape :

Evaluation de la maîtrise de la méthodologie par le réussite des Cas pratiques.

Evaluation de la connaissance des réseaux sociaux par un QCM