

Communiquer sur ses produits et son entreprise

*Les outils et le plan de communication, personnalisé et clefs en main.
Formation initiale - 1 journée - Programme*

PRESENTATION DE LA FORMATION

La communication est un levier essentiel pour faire connaître, valoriser et différencier ses produits, et par là développer les ventes, que ce soit dans son atelier, lors d'une expo ou sur un marché.

La formation permet d'améliorer l'image de l'entreprise, de faire connaître sa production, et de répondre aux enjeux de développement du chiffre d'affaires et du panier moyen.

Cette formation-action, d'une journée (soit 7 h), permet aux participants de définir leur identité visuelle, leurs outils de communication (carte de visite, catalogue, affiche, flyer, site internet..), de concevoir et gérer un plan de communication annuel, de comprendre comment réaliser un briefing créatif et un communiqué de presse.

Des fiches techniques et outils sont remis aux participants.

LE PUBLIC VISE

Ateliers métiers d'art céramique produisant une diversité de produits : arts de la table, objets de décoration, sculpture, bijou, santon, jarres et poteries de jardin, carrelage, vasques...

Pré-requis : Aucun pré-requis n'est nécessaire pour cette formation, il est cependant fortement recommandé d'utiliser un ordinateur et internet. Afin de vous garantir une approche personnalisée, un questionnaire sera à compléter et à renvoyer au plus tard 1 mois avant la date de la formation.

LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Les objectifs opérationnels de la formation

- Faire un diagnostic de sa communication
- Définir les outils de communication à mettre en place ou à améliorer pour valoriser et faire connaître son atelier, ses créations et événements (expo, marché potiers, cours de poterie..)
- Définir son identité visuelle et différencier l'offre (production, cours, marché potiers..)
- Rédiger un briefing créatif pour réaliser des outils de communication en collaboration avec un graphiste
- Rédiger un communiqué de presse, un e-mailing, une invitation, un SMS prêt à l'emploi pour les futurs lancements de nouvelles collections, expos, marché, etc.
- Concevoir et gérer un plan de communication annuel adapté à ses objectifs

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Analyser les atouts et les axes d'amélioration de leur communication selon le produit (production dans l'atelier, sur un marché, cours de poterie, intervention..)
- Faire évoluer leurs outils de communication vers davantage d'organisation et de professionnalisme.
- Réaliser un communiqué de presse et un plan de communication de façon efficace.
- Collaborer avec un graphiste pour la réalisation d'outils de communication

LE PROGRAMME DE FORMATION

En amont de la formation, les participants répondront à un questionnaire auprès de l'intervenant.

Matin

■ **Décortiquer les différents outils de communication et leur but**

Cartes de visite, plaquettes, dépliants, affiches, flyers, mailing, réseaux sociaux, site internet, e-mailing, sms... en cohérence avec les activités des participants (production, cours, expositions, participations à des salons/marchés, journées portes ouvertes...)

→ **Exercice** : mise en place de la grille d'évaluation, présentation & analyse (format, identité visuelle, textes, but) des outils de communication actuels de chaque participant.

■ **Rédiger un briefing créatif efficace**

Etablir son identité visuelle, se concentrer sur les outils de communication les plus pertinents avec son activité, rassembler les informations (textes et photos) pour la réalisation de ses outils de communication (et savoir collaborer avec un graphiste).

→ **Exercice** : présentation de son briefing créatif.

Après-midi

■ **Parler et faire parler de sa production, de son atelier**

Communiqué de presse, e-mailing, invitation, SMS... Avoir la panoplie complète et à jour des documents à transmettre pour communiquer sur la presse, internet, etc..

→ **Exercice** : rédaction des textes et choix des images représentant sa production et son atelier.

■ **Plan de communication et retroplanning annuel**

Expos, marché, portes ouvertes, lancement nouvelle collection... Savoir quand communiquer et comment, ne plus rater des opportunités de toucher un large public.

→ **Exercice** : définir ses événements et moments de communication et réaliser un retro-planning annuel cohérent et réaliste

■ **Conclusion**

Retours d'expériences sur la mise en œuvre de l'exercice.

Remise aux participants des fiches techniques et outils d'autodiagnostic.

Suivi

Entretien téléphonique et échanges de mails et photos dans le mois qui suit pour soutenir les participants dans la création de leurs nouveaux supports de communication et de leur déploiement.

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Méthodes pédagogiques : La pédagogie est active et participative, et s'appuie sur une alternance d'apports théoriques et d'études de cas pratiques.

Des outils et supports sont remis aux participants :

- En amont de la formation : un questionnaire est rempli par les participants afin de répondre au plus près des attentes des participants, d'adapter la formation et de faciliter la progression de l'apprentissage.
- Durant la formation : des fiches techniques et un outil d'autodiagnostic.

Moyens techniques : Vidéo projecteur, ordinateur portable, photos, leaflets, cartes de visites et autres outils visuels de communication.

LE DEROULEMENT DU STAGE

Durée : 1 jour de 7h

Horaire : 9h/12h30 -14h/17h30

Date : jeudi 21 mai 2015

Lieu : Aubagne (ou à redéfinir en fonctions des inscrits)

Nombre de stagiaires : 6 participants maximum

Formateur : Sara Susini

Coût : 245€ TTC (prix de la session pour 1 participant, hors frais de repas et transport)

MODALITES DE SUIVI ET EVALUATION

- Les stagiaires pourront s'appuyer sur leurs propres supports de communication pour réaliser les différents exercices et travaux de groupe.
- Le formateur fera les apports théoriques et pratiques en s'appuyant sur les supports des participants et d'autres supports en exemple.
- Durant la formation, des exercices seront réalisés selon les apports théoriques, et les acquis synthétisés collectivement. Cette évaluation est formative.
- Après la formation, dans le mois qui suit, un entretien téléphonique permettra de soutenir les participants dans la création de leurs nouveaux supports de communication et de leur déploiement.

INTERVENANT

La formatrice : Sara Susini - www.itineraires-ceramique.com

De formation initiale en langues et marketing /communication, Sara Susini a travaillé pendant une dizaine d'années en agence de design, presse, environnement textile, grande distribution, ateliers de céramique... Voulant mettre ses compétences au service de sa passion, elle a créé Itinéraires Céramique en 2011, entreprise entièrement vouée au développement de la céramique.

Ses prestations :

- Formations en marketing et communication pour les potiers céramistes - Coordination de la communication de marchés de potiers - Organisation de plusieurs marchés de potiers - Exposition-vente des pièces d'une dizaine de céramistes français et étrangers dans son atelier-galerie à Callian (Var), Cours et stages de poterie pour amateurs en collaboration avec des céramistes locaux pour une cinquantaine d'inscrits, Stages de poterie pour les professionnels en collaboration avec des céramistes locaux.

ORGANISME DE FORMATION

Prometerre est né en 2006 en partenariat avec l'Agglo du Pays d'Aubagne et la région à partir du concept des Systèmes Productifs Locaux, à l'initiative de l'Association des Céramistes et santonniers, de l'Ecole de la Céramique et de plusieurs entreprises.

De 2006 à 2009 Prometerre a réalisé des accompagnements d'entreprises pour répondre à des besoins de qualification, d'innovation et de développement commercial.

A partir de 2009, l'activité s'est orientée dans deux directions : la participation à la mise en œuvre du programme d'Activargile-Provence à laquelle Prometerre, en tant que membre fondateur, a apporté sa logistique et son expérience, et l'accompagnement du territoire et de l'association professionnelle dans la mise en œuvre de certaines réalisations pour la filière argile.

En 2015, Prometerre prend le relais sur la formation dédiée aux professionnels de la filière argile lancée par Activargile et propose les formations transversales nécessaires à la mise en œuvre de l'activité dans les domaines de la vente, de la gestion, de la mise en scène des produits et de la communication, avec les prestataires qui ont fait leurs preuves auprès de nombreux céramistes et santonniers depuis 2011.

Prometerre est enregistré sous le numéro 93.13.15585.13. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état.

Activargile Provence | SPL Prometerre

290, Traverse de la Vallée - 13400 AUBAGNE | Tel : 33 (0)4 42 70 35 54

Activargile : SIRET : 50794807300022 | NAF : 9499Z | email : contact@activargile-provence.fr | www.activargile-provence.fr

SPL Prometerre : SIRET : 490 102 514 00026 | NAF : 9499Z | email : splprometerre@orange.fr