Mieux communiquer sur son métier, ses pratiques et ses produits : stratégie de communication et site web

Objectifs

Apporter aux porteurs de projets et aux agriculteurs les éléments techniques nécéssaires pour élaborer et mettre en place une stratégie de communication classique et digitale, savoir rédiger et administrer ses contenus sur son site internet et ses réseaux

Enjeux

Avant de communiquer, il est nécessaire dans tous les domaines d'activité de définir une stratégie de communication. Dans le domaine de l'agriculture, les scandales alimentaires et la médiatisation de sujets tels que les pesticides ont amené le grand public à se questionner sur les pratiques agricoles, l'impact sur l'environnement et la qualité des produits. A l'heure où les consommateurs doutent et sont en quête d'information, il est essentiel que les producteurs sachent communiquer et valoriser leurs métiers, leurs pratiques, leurs produits … Face à un consommateur de plus en plus exigeant et informé, il est nécessaire de définir Une stratégie de communication . Le producteur doit se fixer les objectifs qui permettront de vendre ses produits et services, développer son image, accroître son activité ou encore, créer et développer ses relations avec ses clients, fournisseurs, prestataires ou partenaires.

Contenu

1) Définition de la stratégie de communication
Audit web : analyse de la situation, étude de votre concurrence, choix du positionnement
À la fin de cette étape : création du brief qui servira de support pour mettre en place la stratégie de communication : La marque (entreprise) ? Les produit (offres) ? La cible ? Principale et secondaire. La concurrence ? L'Objectif ? La promesse Les contraintes

2) Planification des actions à réaliser
Mise en place des moyens humains, mise en place des moyens de suivi et d'analyse, planification des actions à réaliser.
A la fin de cette étape : définition des sujets principaux en fonction de votre activité, définition de vos 3 actions prioritaires pour toucher votre public cible, définition des médias à utiliser

3) Conseils sur le message et la posture
Mise en place des outils viraux, choix de Storytelling, communauté de marque, jeux-concours, campagnes publicitaires, etc, mise en place des supports de communication, accompagnement global et conseil dans la rédaction des contenus et des supports de communication, création de contenus, infographies, photographies etc..

4 - Sur son site internet : écrire pour être lu, écrire pour être référencé, mettre en place sa stratégie de publication, animer son site internet et ses réseaux sociaux, panorama d'outils multimédias à utiliser pour enrichir ses articles en ligne

Infos complémentaires

Durée de la formation 2 jour(s)
Date limite d'inscription 21/03/2018

Tarifs

Adhérent 504€
Non adhérent 504€
Non agricole 504€
gratuit pour les agriculteurs éligibles VIVEA

Plus de renseignements

Céline Mendes
celine.mendes@bio34.com
CIVAM bio 34
Maison des Agriculteurs B
Mas de Saporta CS 50023
34875
LATTES
Tel. 04 67 06 23 90
N° d'organisme de formation : 91340782734

Taux de satisfaction : %

Modalités d'accès :

Dates, lieux et intervenants

22 mars 2018 09:00 - 17:00 (7hrs)	marie de Usclas d'hérault 34000 Usclas d'Hérault	Claire Schneider, consultante, directrice de l'agence de communication "communication et community management"
29 mars 2018 09:00 - 17:00 (7hrs)	Lycée Le cep d'Or 34000 Clemont l'Hérault	Claire Schneider, consultante, directrice de l'agence de communication "communication et community management"

Financeur(s)

Financement de la formation et pièces à fournir

Les contributeurs VIVEA doivent être à jour de leur cotisation au fond de formation, les personnes en démarches d’installation doivent fournir l’attestation délivrée par le point info installation

Bulletin d'inscription

Nom _

Prénom _

Adresse : _

Code postal : _

Commune _

Courriel _

Téléphone _

EATP / cotisant de solidarité / PPP / demandeur d'emploi / autre : _ _ _ _ _ _ _ _ _ _

☐ J'atteste avoir pris connaissance des conditions générales de formation (Voir la fiche)