

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

Objectifs de la formation

Apporter aux porteurs de projets et aux agriculteurs les éléments techniques nécessaires 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.

Déroulé

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 produits (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

Dates, lieux et intervenants

05 févr 2019

09:00 - 17:00 (7hrs)

34000

Claire Schneider, consultante, directrice de l'agence de communication "communication et community management";

08 févr 2019

09:00 - 17:00 (7hrs)

34000

Claire Schneider, consultante, directrice de l'agence de communication "communication et community management";

Financier(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 _____

Commune _____

Courriel _____

Téléphone _____

Infos complémentaires



Durée de la formation 2 jour(s)

Date limite d'inscription 22/01/2019

Tarifs

Adhérent 504€

Non adhérent 504€

Non agricole 504€

Formation prise en charge pour les stagiaires éligibles VIVEA

Gratuit pour le public Vivea. Autres fonds de formation : nous contacter.

Pour valider votre inscription, nous demandons un chèque de caution de 50€, encaissé uniquement en cas d'absence injustifiée

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