

## PROGRAMME DE FORMATION

### Une stratégie de communication efficiente, des outils adaptés

<b>OBJECTIFS :</b>	Connaitre les différentes étapes de réflexion sur une stratégie de communication. Appréhender et construire son plan de communication. Connaitre les différentes actions et identifier les outils pour mettre en œuvre son plan de communication.
<b>PRE-REQUIS :</b>	
<b>PUBLIC :</b>	Agriculteurs principalement du Tarn et de l'Hérault ;
<b>LIEU :</b>	St Pons
<b>DATES :</b>	Les 18 et 21 janvier 2018
<b>RESPONSABLE STAGE :</b>	Fabrice GRILLON GABORIT ☎ 04.67.20.88.47
<b>INTERVENANT :</b>	Fabrice GRILLON GABORIT, chargé de mission agritourisme, œnotourisme et promotion.
<b>MOYENS PEDAGOGIQUES :</b>	Exposé participatif – outils de communication – Démonstration – internet.
<b>DUREE :</b>	14 heures
<b>COUT :</b>	250 € (pris en charge par votre fonds de formation, le FSE et la Chambre d'agriculture de l'Hérault pour les ressortissants VIVEA) Autre public, nous consulter.
<b>ATTESTATION :</b>	Une attestation de stage sera remise aux participants à l'issue de la formation.

#### **1ère JOURNEE – DUREE : 7 H en salle**

**09h00 -17h00 :** Intervenant : Fabrice GRILLON GABORIT, chargé de mission agritourisme, œnotourisme et promotion

Tour de table : présentation des stagiaires, de leurs attentes par rapport à la formation.

Comprendre l'intérêt et la place d'une stratégie de communication dans sa stratégie générale. Quelle réflexion pour mettre en place une stratégie de communication ?

Définition et fonctionnement de la communication.

Les actions media : la publicité traditionnelle et la publicité en ligne.

Les actions hors media : le marketing direct (mailings relationnels et prospections), les relations avec la presse, les relations publiques et la communication événementielle, la participation à des foires et salons, La promotion des ventes, Le sponsoring et mécénat.

Les actions tournées vers Internet : la e-réputation, la communication sur des sites dédiés, la communication via les réseaux sociaux.

## **2ème JOURNEE – DUREE : 7 H en salle**

**09h00 - 17h00** : Intervenant : Fabrice GRILLON GABORIT, chargé de mission agritourisme, œnotourisme et promotion

Quels sont les éléments nécessaires pour bâtir un plan d'action. Les points essentiels, les erreurs à ne pas commettre.

Comment être présent, comment accéder à son espace, Comment suis-je présent aujourd'hui sur la toile. Découvrir les principales fonctionnalités de l'espace, repérer les principales infos à communiquer.

La e-réputation : qu'est-ce que c'est ? Où se construit-elle ? En quoi est-elle bénéfique ? -Quels sont les « lieux » (sites communautaires, media participatifs...)...où se crée votre e-réputation ? Comment organiser le suivi de sa e-réputation ? Principaux outils. L'importance des avis clients en 2016 dans sa stratégie de conquête et de fidélisation des clientèles. Comment inciter vos clients à poster des avis ? Quelle stratégie de réponses à ses avis ? Les Bonnes pratiques pour répondre aux avis des internautes. Connaître les bases de la législation autour des avis clients.

Bilan de la formation : Point sur la formation. Point sur les éléments retenus. Point sur les éléments à mettre en place. Point sur la vision de son projet et sa mise en œuvre.