

Concevoir et rédiger un outil de communication

Parler juste

Du cercle des fidèles au grand public, les structures culturelles ratissent large. Elles s'adressent à des populations très diverses. Mais leurs brochures, affiches ou tracts restent trop souvent conçus pour une élite. Choisir l'outil adapté, décliner son discours en fonction de chaque public, se centrer sur l'essentiel, organiser sa pensée, rédiger clairement, réécrire à partir de textes existants... sont les temps forts de cette formation qui associe volonté de lisibilité à recherche d'attractivité des supports.

A l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- définir les besoins en outils en fonction des populations visées
- comprendre le processus de lecture du destinataire d'un message
- rédiger un message en fonction de différentes cibles
- combiner lisibilité et attractivité d'un document
- structurer un document à partir d'un message essentiel
- adopter une écriture claire et simple
- combattre efficacement l'angoisse de la page blanche

A l'issue de cette formation, la structure ou le service renforcera l'impact de ses outils de communication en articulant finement les messages aux destinataires.

Publics

Cette formation s'adresse à toutes les personnes en situation d'écriture professionnelle qui conçoivent ou réalisent des outils de communication à destination de cibles diversifiées.

Méthode

Cette formation articule des apports de connaissance à des exemples, études de cas et simulations. Une large place est réservée à la pratique sous forme d'ateliers. Les participants sont invités à se munir des outils de communication de leur structure afin de les analyser et d'en tirer des enseignements constructifs.

Documentation

La documentation remise aux participants est composée d'un support de cours et de l'ouvrage *Les outils de communication et leurs fonctions* - Jean-Philippe Durand - Editions Weka.

Evaluation

Une attestation de fin de stage est délivrée à l'issue du module.



22 rue de Picardie - 75003 Paris
Tél : 01 48 87 58 24
Fax : 01 48 87 65 16
www.agecif.com

Contacts pour l'inscription
Julie Godin et Virginie Logerot
Mél : formation@agecif.com

■ Au cours de ce module, seront notamment abordées les thématiques suivantes :

La définition du cahier des charges rédactionnel

la place de l'écrit au sein de la stratégie globale de communication
la formulation des objectifs de communication
le choix des cibles finales et des cibles intermédiaires
le rôle des outils de promotion, des outils de trace et des outils d'accompagnement
le poids des contextes d'utilisation

La prise en compte des fondements de la lisibilité

l'impact de la construction de la phrase
les répercussions des choix de vocabulaire

La formulation de l'idée

la construction du message essentiel
le choix d'un angle

La rédaction du message

le choix du registre de langue
le choix du vocabulaire
la construction de phrases courtes
la recherche du ton juste
la réécriture des textes existants

La création des niveaux de lecture

l'élaboration des titres
l'optimisation de la titraille

L'arbitrage entre choix esthétiques et règles de lisibilité

l'articulation du texte et de l'image
l'intégration des principes graphiques

Responsable pédagogique

Jean-Philippe Durand

A La Guadeloupe - Cycle de 5 jours – 30 heures – Lieu précisé ultérieurement



22 rue de Picardie - 75003 Paris
Tél : 01 48 87 58 24
Fax : 01 48 87 65 16
www.agecif.com

Contacts pour l'inscription
Julie Godin et Virginie Logerot
Mél : formation@agecif.com