

Optimiser sa communication écrite

► Objectifs de la formation

- **Renforcer l'impact de ses écrits** (mails, propositions commerciales, courriers, plaquettes, comptes rendus, rapports annuels, journaux internes, web...)
- **Mieux atteindre ses objectifs** en utilisant le potentiel spécifique de l'écrit en complément éventuel de l'oral.
- **Améliorer ses relations** avec ses clients, collaborateurs, partenaires, actionnaires...

► Public(s) concerné(s)

- Toute personne soucieuse d'optimiser l'impact de ses écrits : mails, propositions commerciales, web, lettres, rapports, journaux internes, comptes rendus...
- Toute organisation qui a besoin d'optimiser ses flux d'écrits en interne ou en externe

► Pré-requis

Pas de pré-requis

► Nombre de participants

- De 5 à 8 personnes maximum

► Format - Durée

- 2 jours - 14 heures

► Méthode pédagogique

- **Une pédagogie active, participative et concrète** (travail sur les cas des participants)
- **Une prise en compte de l'écrit dans toutes ses dimensions** (Enjeux stratégiques, techniques rédactionnelles, maîtrise des flux)
- **Un expert sémiologue** (Consultant en communication écrite pour de grandes entreprises, intervenant au Centre de Formation et de Perfectionnement des journalistes)

► Programme

▪ L'écrit : un outil de communication spécifique

- Processus spécifiques de lecture et de rédaction
- Interprétations de l'écrit (inférences)
- Écrit, téléphone, face à face : comment choisir ?
- Les différents types d'écrits (numériques ou imprimés, simples ou structurés, « chauds », « tièdes » ou « froids », informatifs ou relationnels) et leurs fonctions
- Maîtriser les flux d'écrits dans les organisations (chartes sémantiques et écrits complexes)

▪ Techniques rédactionnelles pour :

- Anticiper le destinataire, se fixer le bon objectif
- Structurer
- Être clair, s'assurer de faire passer le bon message
- Créer du lien, être proche

▪ En pratique - Ateliers d'écriture :

- Les participants rédigent en direct les supports de leur choix : mails, messages instantanés, propositions commerciales, rapports, comptes rendus...

- Exemples :

- Réponse à un mail « agressif »
- Courrier informant d'une augmentation de tarif
- Courrier suite à un entretien de « recadrage »
- Écrit pour relayer une information descendante sensible
- Mail de compte rendu

► Nos stagiaires nous disent...

- *Grâce à cette formation, j'ai pris conscience de l'importance de l'écrit dans mon activité »*
- *« Formation pertinente, concrète avec beaucoup d'exercices pratiques et de retours des participants »*
- *« Formation indispensable qui m'apporte beaucoup dans mon métier où le mail est un support principal »*

Altran

Département Education Services

Immeuble TOPAZ 2, Rue Paul Dautier CS 90599 78457 Vélizy Villacoublay

Contactaes@diorem.com - N° d'agrément : 11 92 20 7 91 92