



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

► 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 »