

1. Record Nr.	UNINA9910796298403321
Autore	Creteur Philippe
Titolo	Communiquez vos belles histoires : Les cinq etapes d'une communication efficace pour une PME : creez, positivez, emballez, racontez, reseautez // Philippe Creteur
Pubbl/distr/stampa	Liege : , : EdiPro, , [2014] ©2014
ISBN	2-511-01717-2
Descrizione fisica	1 online resource (198 p.)
Collana	Communication
Disciplina	658.45
Soggetti	Business communication Communication in organizations Small business
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di contenuto	Couverture; Page de titre; Preface par isabella lenarduzzi; Comment suis-je devenue une « experte » en communication sans aucun bagage theorique ?; Communication ou marketing ?; Le nerf de la guerre !; Fierite; Avant-Propos; 1. Introduction : Quelle sorte de communicant etes-vous ?; 1.1. Le fond et la forme; 1.2. Avant de communiquer, il faut creer; 1.3 Soyez inspirants; 1.4 Surtout ne restez pas seul; 1.5. Activer le bouche-a-oreille; 2. Et vous, comment communiquezvous ?; 2.1. Chacun sa logique et ses strategies de communication; 2.2 Alors, heureuses ? 2.3. Les PME croient en l'efficacite des techniques de communication2.4 Que retenir de cette enquete ?; 3. Avoir des choses a dire; Partie 1 : le terreau; 3. La strategie de la communication; 3.1. Se connaitre soi-meme avant de se faire connaitre; 3.2. La methode Komode; 3.3. Le role social du commerce; Partie 2 : la communication positive; 3.4. La communication de Komode; 3.4.1. Identifier ses competences et choisir son produit pour definir sa strategie; 3.4.2. Le mix magique; 3.4.3. Le client, il est ou ?; 3.4.4. Communiquer par ses clients et par un lieu; 3.4.5. Conclusion 3.4.6. Bon a savoirPartie 3 : une communication qui vous emballe; 4. Des messages a votre image; 4.1. Avant de communiquer par les

medias traditionnels; 4.1.1. Les briques de votre identité visuelle; 4.1.2. C'est quoi une charte graphique ?; 4.1.3. Comment choisir votre agence ?; 4.1.4. Qu'attendez-vous de votre agence et qu'attend-elle de vous?; 4.1.5. Qui seront vos interlocuteurs ?; 4.1.6. Combien ça coûte ?; 4.1.7. L'iconographie; 4.1.8. Votre site Web; 4.1.7. Votre présence sur les réseaux sociaux : chacun ses objectifs; Partie 4 : présenter votre communication au grand public
5. Communiquer avec les médias traditionnels 5.1. Qu'est-ce qu'une information ?; 5.3. Quelques règles de bon sens; 5.4. Ne pas confondre; 5.5. Six situations vécues pour mieux vous expliquer; 5.6 Et si on mêlait relation presse et publicité ?; 5.7. Combien de temps dure une info ?; Partie 5 : amplifier votre nouvelle notoriété grâce au networking; 6.1. Communiquer « pour générer de la confiance »; Partie 6 : conclusions; Annexes; Répartition des dépenses de communication; Quelques mots d'explication sur les marques avec l'OBPI (Office Benelux de la Propriété Intellectuelle)
Dans la même collection Copyright

Sommario/riassunto

Les cinq étapes d'une communication efficace pour une PME : créez, positivez, emballez, racontez, réseautez Cet ouvrage a une particularité. Il est l'un des rares à être particulièrement dédié aux indépendants, aux commerçants et aux patrons de PME. Des entreprises de petite taille qui, pourtant, constituent l'essentiel du paysage économique marchand (99,8% des entreprises, dont 92,2% de micro-entreprises). Leurs dirigeants sont, comme les autres entrepreneurs, conscients qu'ils doivent communiquer. Mais ils ignorent souvent comment le faire de manière efficace. Et cela se ressent : six e
