



TRIANGLE

Bulletin de l'Association des communicateurs municipaux du Québec

Journée de formation

Comment faire des communications efficaces

Communiquer, c'est notre pain quotidien. Mais qui n'a pas déjà eu la vague impression de parler dans le vide, de rater la cible? Voici une formation d'une journée qui brosse un tableau de l'univers de la publicité et des relations publiques avec, comme toile de fond, une question vitale: Comment tirer le maximum de chaque dollar investi en communication tout en évitant certaines erreurs coûteuses? Il s'agit d'un séminaire pratique, bourré d'information, de conseils et de données essentielles, dans une approche divertissante.

Le vendredi **9 février 2007**, à Trois-Rivières

À la demande de nos membres, cette formation a été repoussée au 9 février. Inscrivez-vous tôt!

Relations publiques

Parmi les tâches qui nous incombent, nous avons à promouvoir une image positive de notre organisation, notamment par l'entremise des médias. Mais nous avons parfois l'impression que notre message est mal reçu, mal compris... et mal diffusé.

Comment remédier à la situation? Il existe des techniques éprouvées nous permettant de mieux atteindre nos objectifs de relations publiques. Pour les connaître, nous aborderons quelques notions importantes, en répondant à plusieurs questions essentielles:

- Comment concevoir une communication et prendre la parole dans les médias?
- Comment attirer l'attention?
- Quels sont les mots les plus vendeurs?
- Quels sont les principes de base de la rédaction de textes accrocheurs?
- Comment se démarquer et se faire remarquer?

Publicité

Bien sûr, outre le fait de véhiculer l'image de notre organisation, nous avons aussi une multitude de messages à transmettre, visant divers objectifs: informer notre population, attirer des résidents, promouvoir des activités, etc. La publicité devient alors l'outil par excellence pour atteindre nos buts... à condition de savoir l'exploiter! À cet effet, nous aborderons plusieurs questions cruciales:

- Quelles sont les règles de base d'une bonne publicité (position, taille...)?
- Comment concevoir des publicités qui attirent l'attention?
- Quelles sont les forces et les faiblesses de chaque média?
- Pourquoi l'image est-il l'élément le plus important d'une publicité?
- Quelles sont les couleurs qui attirent le plus l'attention?
- Quels sont les caractères typographiques les plus faciles à lire?
- Quelles sont les mises en page les plus efficaces?



Formateur:

Luc Dupont
Professeur de communication à l'Université d'Ottawa
Auteur de plusieurs livres

Objectifs poursuivis :

Au terme de cette formation, les participants auront eu l'occasion de se familiariser avec les principes de base, les notions et les techniques relatives à la communication efficace dans le secteur municipal. À l'aide d'exemples concrets, nous maîtriserons mieux l'ABC de la communication, en prenant connaissance de ce qu'il faut absolument savoir pour générer des échanges qui vendent.

Présentation du formateur

Professeur de communication à l'Université d'Ottawa, Luc Dupont est notamment l'auteur de trois livres publiés aux Éditions Transcontinentales, *1001 trucs publicitaires*, *500 images clés pour réussir vos publicités* et *Quel média choisir pour votre publicité*. Ces ouvrages ont été publiés en anglais, en espagnol et en coréen.

Luc Dupont donne aussi de nombreuses formations sur la publicité et le marketing à plusieurs firmes et organisations. Parmi sa clientèle, on retrouve entre autres Transcontinental, la Corporation Sun Media, Bell Actimedia, La Capitale, l'Association des restaurateurs du Québec, Consultour/Clubs Voyages, Prévost Car, les Enseignes Pattison, le Groupe Investors, Remax, l'Association des éditeurs de magazines, TVA, les journaux Le Droit et Le Soleil, Les Hebdomas du Québec, le Musée de la civilisation de Québec, l'Ordre des conseillers et conseillères en orientation du Québec et l'Ordre des opticiens d'ordonnances du Québec.

Il a également prononcé de nombreuses conférences dans différents organismes: SADC, CLD, clubs d'entrepreneurship, SIDAC, CLSC, associations de gens d'affaires, conseils économiques, chambres de commerce, chambre immobilière, associations de femmes d'affaires, salons des affaires, regroupements de gens d'affaires, coopératives d'artisans et de gens d'affaires, corporations de développement économique, clubs de presse, éducation aux adultes, travailleurs autonomes et regroupements de jeunes gens d'affaires.

Déroulement de la journée

- 9 h :** Début de la formation La publicité
- 10 h 15 :** Pause
- 10 h 30 :** Formation
- 12 h :** Dîner
- 13 h 30 :** Formation Les relations publiques
- 15 h 30 :** Fin de l'activité

Coût de la formation

149 \$ membre
199 \$ non-membre



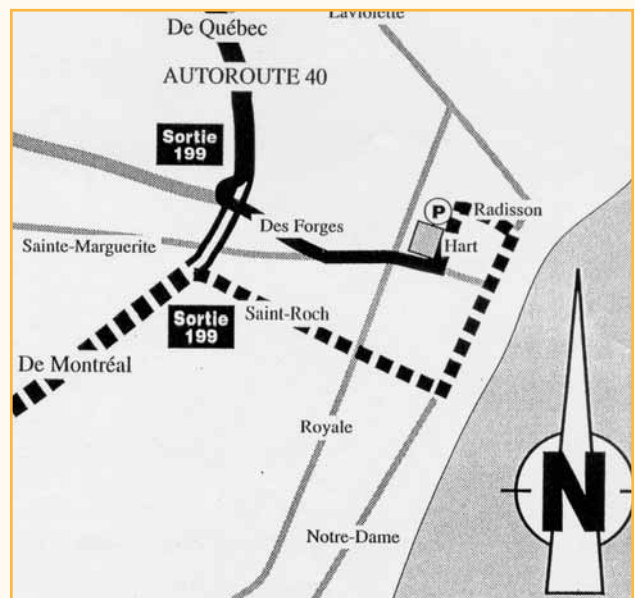
Hôtel de ville de Trois-Rivières, situé au 1325, place de l'Hôtel-de-Ville

De Québec

Autoroute 40, sortie «Des Forges». Tourner à gauche jusqu'à la rue Hart; tourner à gauche jusqu'à Radisson et entrer dans l'autogare

De Montréal

Autoroute 40, sortie «centre-ville». Tourner à droite sur la rue Saint-Roch; tourner à gauche sur la rue Notre-Dame; tourner à gauche jusqu'à Radisson et entrer dans l'autogare



Inscription

Confirmez dès maintenant votre participation en envoyant un courriel à Carole Rivet : crivet@ville.saint-eustache.qc.ca

Inscrivez-vous par télécopieur ou par la poste, en remplissant le coupon ci-contre et faites-nous parvenir votre chèque, libellé à l'ordre de :

Association des communicateurs municipaux
du Québec
A/s de Carole Rivet, trésorière
Service des communications
Ville de Saint-Eustache
145, rue Saint-Louis
Saint-Eustache (Québec) J7R 1X9
Tél. : (450) 974-5001, poste 5221
Télé. : (450) 974-5223

Nom : _____

Prénom : _____

Fonction : _____

Adresse : _____

Ville : _____ Code postal : _____

Téléphone : _____ Télécopieur : _____

Courriel : _____

Coût : 149 \$ 199 \$