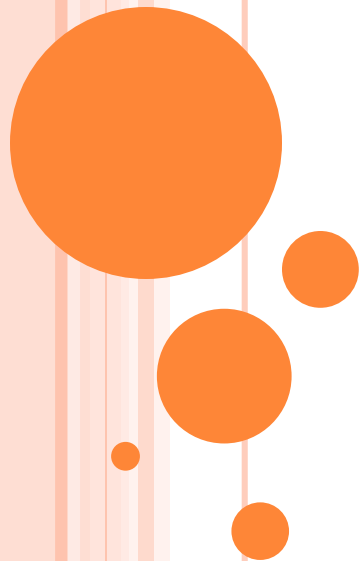




TOUT SAVOIR SUR LA COMMUNICATION ÉCRITE

Cours destiné aux apprenants de première année

Sous la direction de
M. Qatran Bashar Ali



QU'EST-CE QUE LA COMMUNICATION ÉCRITE ?

- La communication écrite regroupe tous les supports permettant de transmettre un message écrite. Elle peut prendre de nombreuses formes :
- **Les documents professionnels** : emails, rapports, propositions commerciales, contrats, newsletters.
- **Les supports publicitaires et marketing** : flyers, affiches, brochures, catalogues, PLV, drapeaux, oriflammes.
- **Les supports institutionnels** : communiqués de presse, plaquettes d'entreprise, guides d'utilisation.
- **Les supports numériques** : articles de blog, posts sur les réseaux sociaux, contenu du site web de la marque, newsletters.

Contrairement à la communication orale, qui repose sur l'intonation et l'interaction directe, l'écrit nécessite une attention particulière à la clarté, à la structuration et à la précision du message.



POURQUOI LA COMMUNICATION ÉCRITE EST-ELLE ESSENTIELLE ?

Un message structuré et durable

- L'écrit permet de conserver une trace des échanges et de structurer son message de manière réfléchie. Contrairement à l'oral, il offre le temps de réviser, de reformuler et d'optimiser le contenu avant sa diffusion.



UN OUTIL PUISSANT POUR CONVAINCRE ET INFORMER

- Un texte bien rédigé peut persuader, rassurer ou informer efficacement. C'est particulièrement vrai dans le marketing et la publicité, où un slogan, une accroche ou un argumentaire bien construit peuvent faire la différence.
- Pensez au “Just do it” de Nike et à la puissance de cette phrase de 3 mots seulement qui en dit beaucoup.



UNE PORTÉE ÉLARGIE GRÂCE AU DIGITAL

- Avec l'explosion des supports numériques, la communication écrite touche désormais un public plus large et varié, que ce soit à travers les réseaux sociaux, les blogs ou les campagnes d'emailing.



QUELLES SONT LES CLÉS D'UNE COMMUNICATION ÉCRITE RÉUSSIE ?

La clarté et la simplicité

- Un bon message est un message compréhensible immédiatement. Pour cela :
- Utilisez des phrases courtes et précises.
- Évitez le jargon technique si votre audience n'est pas experte.
- Privilégiez un ton direct et engageant.



L'ADAPTATION AU PUBLIC CIBLE

- Chaque support et chaque cible nécessitent un ton et un style adaptés. Un post sur LinkedIn destiné à des professionnels n'aura pas le même ton qu'une publicité grand public ou un email commercial.



UNE MISE EN FORME SOIGNÉE

- Le visuel joue un rôle clé dans l'impact d'un message écrit :
- Aérez votre texte avec des courts paragraphes.
- Utilisez des titres et sous-titres pour faciliter la lecture.
- Mettez en valeur les points importants (gras, listes à puces, encadrés).



L'IMPORTANCE DE L'ORTHOGRAPHE ET DE LA GRAMMAIRE

- Une faute d'orthographe peut nuire à la crédibilité d'un message. Il est essentiel de relire et, si possible, de faire relire ses écrits avant diffusion.



SUPPORTS IMPRIMÉS ET NUMÉRIQUES : QUEL CHOIX POUR VOTRE COMMUNICATION ?

- La communication écrite peut être imprimée ou digitale, et chaque format a ses avantages.



LES SUPPORTS IMPRIMÉS

- Ils apportent une valeur perçue plus forte (brochures de qualité, cartes de visite élégantes).
- Ils favorisent une mémorisation plus durable (les supports physiques restent visibles plus longtemps qu'un email).
- Ils sont idéals pour une communication institutionnelle ou événementielle (affiches, kakémonos, banderoles, drapeaux et oriflammes personnalisés).



LES SUPPORTS NUMÉRIQUES

- Ils permettent une diffusion rapide et large (blogs, réseaux sociaux, newsletters).
- Ils offrent des possibilités d'interactivité et d'engagement (commentaires, partages, animations).
- Ils sont faciles à mettre à jour et optimiser pour le référencement (SEO).
- L'idéal est souvent de combiner les deux pour maximiser l'impact d'une communication écrite.



QUELLES SONT LES TENDANCES ACTUELLES EN COMMUNICATION ÉCRITE ?

L'importance du storytelling

- Le storytelling (ou l'art de raconter une histoire) est de plus en plus utilisé pour capter l'attention et humaniser la communication des marques.



L'ESSOR DES FORMATS COURTS ET PERCUTANTS

- Avec la baisse du temps d'attention des lecteurs, les formats courts (posts, infographies, vidéos sous-titrées) sont privilégiés pour transmettre un message rapidement. Souvenez-vous toujours du fameux “less is more”.

