

Jeanne Bordeau

ENTREPRISES ET MARQUES

Les nouveaux codes de langage

storytelling

audience

cohérence
contenu

mots

web
style

EYROLLES

Éditions d'Organisation



À l'heure du numérique et du développement des contenus éditoriaux des entreprises et des marques (mini-films, *storytelling*, web radio, TV...), la qualité de l'expression, des contenus et des langages font la différence :

- ➔ Pourquoi et comment argumenter ?
- ➔ Quel est l'intérêt d'une charte sémantique ?
- ➔ Comment définir un langage de marque ?
- ➔ Comment mettre en cohérence l'oral et l'écrit ?
- ➔ Quel langage à l'heure du *storytelling* ?
- ➔ Y a-t-il un langage spécifique pour les journalistes ?
- ➔ ...

Autant d'enjeux nouveaux, de questions parfois difficiles qui s'imposent aux dirigeants d'entreprises, directeurs marketing, responsables de communication, directeurs des ressources humaines. Cet ouvrage leur apporte des réponses illustrées, de nombreux exemples, des témoignages de professionnels, des tableaux de synthèse et des conseils pratiques.



Jeanne Bordeau, créatrice d'un bureau de style en langage (L'Institut de la Qualité de l'Expression) et d'une agence de communication d'influence (Press'Publica), est aussi conférencière, enseignante à la Sorbonne, à l'école Holden de Turin et à l'ENSCI. Elle expose également des tableaux sur le langage en français et anglais et anime une émission sur la radio de l'Académie Française, « L'oreille aux aguets ». Vous pouvez suivre son blog à l'adresse <http://blog.institut-expression.com>.



Nous devons maintenir une véritable relation de personne à personne. ”

Patrick Ropert, directeur de la communication du groupe SNCF.

