

METTRE EN PLACE ET PILOTER SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

Durée & Format

Durée : 14 heures

Format disponible : Présentiel ou Distanciel

Tarifs

Tarif public intra : Consulter notre [site Internet](#)

Tarif public inter : Consulter notre [site Internet](#)

Public visé

- Toute personne travaillant au marketing ou à la communication désireuse d'initier ou d'optimiser sa stratégie de communication digitale

Prérequis

- Aucun

Objectifs pédagogiques

À l'issue de cette formation, l'apprenant sera capable de :

- Comprendre les enjeux de la communication digitale
- Préciser vos objectifs, vos cibles, vos canaux et éléments de contenu
- Sélectionner les leviers de communication digitale les plus pertinents
- Mettre en place des indicateurs de suivi et de pilotage

Programme et déroulement

Jour 1 – Matin

Pourquoi Communiquer, qu'est-ce que la communication ?

- Identifier les différents types et les différentes formes de communication : interne et/ou externe, globale ou spécifique
- Communication Corporate, Communication de Marque, Communication Produits – Exemples multisectoriels
- Les enjeux de la communication dans un monde digital

Etablir un diagnostic de communication et un plan d'action

- La matrice SWOT - L'analyse externe (Opportunités /Menaces) et interne (Forces /Faiblesses)
- A partir du diagnostic, formuler un plan d'action communication avec la méthode des croisements de facteurs Exploiter, Défendre,

Renforcer - Abandonner

- Exercices applicatifs

Jour 1 – Après-midi

Déterminer et caractériser les publics cibles de sa communication

- Identifier les cibles à atteindre (utilisateurs, acheteurs, influenceurs...)
- Exemples multisectoriels



- Analyser leurs caractéristiques, leurs attitudes par rapport à vos problématiques, leurs irritants
- Cartographier les différents acteurs, bâtir une stratégie auprès des stakeholders
- Exercice applicatif

Définir les objectifs précis de communication

- Les objectifs globaux : faire connaître, faire aimer ; faire agir;
- Exemples multisectoriels
- Définir des indicateurs spécifiques, la méthode SMART

Définir les canaux de communication les plus pertinents dans un monde digital

- L'approche Paid Owned Earned Media

Jour 2 – Matin

Définir les éléments de contenu pertinents

- Valoriser les bénéfices et communiquer sa Proposition de Valeur
- Lever les irritants clients identifiés
- Intégrer les nouvelles attentes clients post crise (RSE)

Le site internet et la visibilité digitale ; types de sites, ZMOT, SEO et SEA

- L'emailing et le CRM, bonnes pratiques
- La publication de contenu sur les réseaux sociaux, le brand content et la recherche de viralité
- La publicité digitale
- Exercices applicatifs

Les indicateurs clés de la communication digitale

- Exercice applicatif

Jour 2 – Après-midi

Améliorer le ROI de ses actions de communication digitale

- A/B testing – Personnalisation – Call to Action – Couverture et répétition – Re targeting – Choix des mots – Lead scoring

Synthèse et plan d'action personnel

Certification

Consulter le programme sur notre [site internet](#) pour identifier si cette formation est certifiante.

Modalités pédagogiques

- Explications théoriques suivies de pratiques guidées puis de mises en autonomie.
- Exercices autonomes et réguliers pour assurer l'assimilation

Moyens et supports pédagogiques

Votre formation a lieu en présentiel :

- 1 vidéoprojecteur par salle
- 1 ordinateur

Votre formation se déroule à distance avec :

- 1 ordinateur
- 1 connexion Internet
- 1 adresse e-mail valide
- 1 équipement audio (micro et enceintes ou casque)
- 1 Webcam (facultatif – dans l'idéal)
- 1 deuxième écran (facultatif – dans l'idéal)

Votre formation se déroule sur notre plate-forme de formation avec :

- 1 ordinateur
- 1 connexion Internet
- 1 adresse e-mail valide
- 1 équipement audio (micro et enceintes ou casque - facultatif)

Support stagiaire :

À l'issue de la formation, les exercices et travaux pratiques réalisés, leurs corrigés ainsi qu'un support de cours dématérialisé sera fourni à chaque stagiaire par e-mail ou via la plate-forme FOAD.

Evaluation et suivi

Les objectifs pédagogiques sont évalués et suivis grâce à différentes **méthodes adaptées aux acquisitions de compétences visées**. Nos formateurs réalisent ces évaluations **tout au long de la formation**, que ce soit pendant les séances synchrones ou asynchrones. Voici une liste non exhaustive des méthodes d'évaluation pouvant être utilisées en formation :

- **Questionnaire** de vérification de connaissances (Quiz)
- Réalisation de **Travaux Pratiques** : production ou amélioration d'un fichier
- **Mises en situation** et grilles d'analyse
- **Serious Game** : jeu de rôles et analyse
- **Activités interactives** à travers l'utilisation d'une plate-forme connectée
- ...

Toutes nos formations intègrent **une auto-évaluation** via notre Extranet Stagiaire au début et à la fin de chaque action de formation. Cet outil offre à chacun la possibilité de mesurer sa progression par rapport aux objectifs pédagogiques visés et leurs atteintes.

Profil formateur

Nos formateurs sont certifiés à l'issue d'un parcours organisé par nos soins. Ils bénéficient d'un suivi de maintien et d'évolution de leurs compétences aussi bien au niveau technique que pédagogique. Chacun de nos formateurs a bénéficié d'une formation spécifique à l'animation de classe virtuelle et à l'utilisation des solutions de formation à distance du Groupe ARKESYS.

Support stagiaire

À l'issue de la formation, les exercices et travaux pratiques réalisés, leurs corrigés ainsi qu'un support de cours dématérialisé sera fourni à chaque stagiaire via son extranet stagiaire.

Accessible à tous

ARKESYS.NET

70 rue Bergson – 42000 Saint-Étienne

04 28 95 15 82 - info@arkesys.fr

SAS AU CAPITAL DE 60 000 € - SIRET : 501 033 609 00030

ETS secondaire : 58 avenue Debourg - 69007 Lyon - SIRET : 501 033 609 00048

ETS secondaire : 293 route de la Seyne - 83190 Ollioules - SIRET : 501 033 609 00055

Cette formation est accessible à toute personne en situation de handicap. Notre référent handicap prendra contact avec les stagiaires concernés pour adapter l'animation à leurs besoins et rendre l'apprentissage accessible à tous. Enfin, nos centres de formation sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. [En savoir plus](#)