Communication digitale : élaborer et piloter sa stratégie

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : CDT - Prix 2024 : 1 480CHF HT

Cette formation vous montrera comment définir les objectifs et élaborer une stratégie de communication digitale performante en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise. Vous apprendrez à mettre en œuvre un dispositif de communication digitale et les outils nécessaires à son évaluation et à son optimisation.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Elaborer une stratégie de communication digitale et la décliner en plan opérationnel

Mettre en œuvre le mix des actions de communication spécifiques au Web

Piloter et évaluer ses actions de communication Web

TRAVAUX PRATIQUES

Echanges et retours d'expérience. Apports théoriques, exercices et études de cas.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 10/2023

1) Comprendre les mutations de la communication

- Les tendances de la communication sur Internet : Web 2.0, Web 3.0, Web 4.0...
- La logique relationnelle du Web.
- Les nouveaux comportements des publics : interactivité, nomadisme, immédiateté...

Réflexion collective : Réflexion collective et échanges sur les nouveaux comportements et les attentes des publics.

2) Analyser la place d'Internet dans les stratégies de communication

- L'architecture digitale de la marque et le "Paid, Owned et Earned".
- Connaître les leviers incontournables : publicité, achats de mots clés, référencement naturel, réseaux sociaux...
- Comprendre les synergies de moyens d'une stratégie globale : le site et les autres plateformes (Facebook, X (anciennement Twitter)).
- Benchmarking de stratégies de communication digitales actuelles.

Travaux pratiques : Réalisation d'un état des lieux de la communication digitale avec le SWOT.

3) Concevoir sa campagne digitale

- Identifier ses différents publics, leurs usages et besoins.
- Définir ses objectifs d'audience précis et réalisables.
- Identifier les leviers numériques les plus pertinents pour ses publics.
- Exploiter les synergies entre ces différents leviers.
- Allouer les budgets financiers, humains et organisationnels.

Travaux pratiques : Etablir un persona et définir un média planning Web.

4) Miser sur la créativité digitale

- L'impact des histoires dans le digital : du cross-media au transmedia.
- S'adapter aux différents formats et aux différents devices.

PARTICIPANTS

Directeurs de la communication, community managers et toutes les personnes impliquées dans la mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques…
Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
• À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Tirer profit du Big Data dans vos campagnes.
- Les facteurs clés de succès du buzz marketing.
- Les étapes clés du média planning Web.

Travaux pratiques : Préparer un brief pour une agence.

5) Piloter et mesurer l'efficacité des actions

- Site centric ou user centric ? Choisir les bons indicateurs.
- Quelles mesures pour l'e-réputation ?
- Faire le lien entre les indicateurs et l'expérience vécue par les utilisateurs.
- Suivre la performance dans un tableau de bord efficace.

Travaux pratiques : Réaliser son tableau bord de suivi et ses périmètres d'évaluation.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE
2024 : 03 juin, 12 sept., 09 déc.