



CONCEVOIR ET PILOTER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

Résumé de la Formation :

La formation a pour objectifs de :

- Avoir une vue stratégique de l'évolution du Web pour sélectionner les outils et les actions à mettre en oeuvre
- Connaître le fonctionnement des nouveaux médias digitaux et les réseaux sociaux d'influence du Web
- Bâtir un plan d'actions digital en cohérence avec la stratégie marketing communication de l'entreprise
- Etre capable de mettre en oeuvre le plan d'actions de la stratégie digitale
- Intégrer le référencement Web dans la stratégie marketing d'une organisation
- Décrire le fonctionnement des moteurs de recherche

Pourquoi ?

La fonction Responsable Marketing digital est au cœur des directions marketing et communication. Ce cycle de formation vous apporte la dimension à la fois stratégique et opérationnelle d'un métier en pleine mutation :

Pour qui ?

Chef d'entreprise, artisan, commerçant, profession libérale, salarié.

Prérequis :

Avoir un pouvoir décisionnel dans la stratégie de communication

Pour quel niveau ?

Des connaissances marketing et digital sont requises pour tirer tout le bénéfice de ce cycle.

A l'issue de la formation le stagiaire est capable de :

- Comprendre les évolutions de la stratégie marketing
- Mettre en place une stratégie de marketing opérationnelle et adaptée

En amont de la formation, il sera proposé au stagiaire de :

- Définir les principaux thèmes de formation
- Répondre au questionnaire préalable pour préciser ses objectifs
- S'auto-positionner sur la thématique



Programme de la Formation :

Partie 1 - 7 étapes pour construire sa stratégie on et offline

- Définir ses objectifs en fonction de ses enjeux
- Identifier, choisir sa cible et apprendre à communiquer auprès de cibles multiples
- Déterminer les messages à communiquer en cohérence avec ses objectifs
- Choisir sa stratégie de moyens 360 en fonction des forces et faiblesses de chaque média et support
- Planifier sa stratégie en fonction de ses objectifs et de ses moyens
- Budgétiser et optimiser ses moyens
- Évaluer et sélectionner le concept qui portera le plan de communication

Partie 2 - Ligne éditoriale et Plan d'actions sur les Réseaux sociaux

- Définir vos objectifs par cible
- Sélectionnez vos réseaux sociaux
- Définir une ligne éditoriale en cohérence avec les actions de communication
- Noms & Habillage graphique de vos réseaux sociaux
- Optimiser vos publications
- Organiser l'animation vos publications
- Gérer & propager l'information sur plusieurs réseaux sociaux en même temps

Partie 3 - Intégrer le SEO dans la stratégie marketing de votre organisation

- Analysez le fonctionnement de Google
- Analysez la pertinence du SEO pour votre organisation
- Prise en main de l'outil de référencement local Google My Business
- L'impact des annuaires professionnels



Documentation & Moyens Pédagogiques :

- Supports pédagogiques papiers
- Etude de cas
- Ordinateur, accès aux réseaux sociaux, accès aux outils professionnels

Points forts :

- Élaboration d'un plan d'actions personnalisé
- Suivi à un mois du plan d'actions personnalisé par e-mail

Évaluation et appréciation des participants :

Pendant la formation :

- Vérification des acquis à l'aide d'un QCM et check liste de savoir faire
- Questionnaire de satisfaction à compléter en fin de formation
- Attestation d'acquisition de fin de formation

Après la formation

- Questionnaire pour appréciation du transfert des acquis en situation professionnelle (évaluation à froid)

Modalités pratiques :

Formalité intra-entreprise :

Stage en présentiel

Dates de la formation : à déterminer

Lieu de formation : à déterminer

Durée : à partir de 8 heures

Horaires de formation : 9h à 12h30 – 13h30 à 17h

Nombre de personnes : 1 à 10 personnes

Prix sur devis

Une attestation de stage sera délivrée.

Délai d'accès à la formation :

7 jours ouvrables à partir de la demande ou 4 semaines si prise en charge par un OPCO



Qualité des formateurs :

La formatrice est une professionnelle reconnue dans son activité. Elle dispose d'un parcours professionnel et de diplômes lui permettant d'être experte dans ses domaines.

Personnalisation du parcours de formation :

PROCÉDURE DE PERSONNALISATION DU PARCOURS DE FORMATION

Avant la formation

- Un entretien téléphonique, par email ou de face à face est mené avec le donneur d'ordre pour préciser les attentes. Chaque stagiaire apprenant est contacté avant le formation :
- Les éléments pratiques lui sont transmis par email: convocation (sauf si l'entreprise s'en charge), horaires, lieu et plan d'accès ainsi que le programme détaillé
- Un questionnaire préalable à la formation lui est adressé par email pour recueillir son contexte et ses objectifs. Un auto-positionnement lui est également proposé sur le thème de la formation

Pendant la formation

- Vérification des acquis par des mises en situation et auto-appréciation
- Validation des acquis par la passation de QCM en fin de formation
- Elaboration d'un Plan d'Action Personnalisé (PAP) par chaque participant
- Evaluation à chaud de la formation

Après la formation

- Envoi du support de cours si besoin, dans les 48 heures suivant le dernier jour de formation ainsi que le PAP (adressé individuellement par email)
 - Dans les 30 jours suivants la formation :
 - Envoi du PAP établi par le stagiaire apprenant en fin de formation
 - Envoi de l'évaluation de la formation, de l'évaluation du formateur
 - 3 mois après la formation :
- Envoi du questionnaire d'appréciation à froid pour évaluer le transfert des acquis en situation professionnelle

Les documents réglementaires sont disponibles en ligne sur le site www.casanova-digital.fr

Les conditions d'accueil et d'accès des publics en situation de handicap sont adaptées individuellement pour les formations interentreprises (location de salles accessibles aux PMR). Merci de nous contacter par mail : lucia@casanova-digital.fr

Contact : Lucia OLAT CASANOVA

Référente Pédagogique

Tel : 07 54 35 06 23

E-mail : lucia@casanova-digital.fr

Et après ?

Le ou les stagiaires rempliront un questionnaire de satisfaction quant au formateur, à la clarté de la formation et à son utilité. Dans un délai de 3 mois, vous serez contacté pour connaître votre plan de mise en place des points abordés et sera à votre écoute pour toute question ou commentaire.