



LA STRATEGIE DE LA COMMUNICATION DIGITALE

(MOD_2019027)

VS 01/01/2021

PUBLIC VISE :

- Directeurs de la communication
- Community managers
- Toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale

OBJECTIFS VISES :

- 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

MODALITE D'EVALUATION :

- QCM des connaissances
- Mises en situation
- Grille d'auto-positionnement des compétences

METHODE PEDAGOGIQUE

UTILISEE :

- Paperboard
- Ordinateur
- Vidéo
- Echanges de pratiques

VALIDATION DE LA FORMATION :

- Questionnaire en fin de formation

REFERENT PEDAGOGIQUE :

- Sylvain Caron

PROGRAMME

✓ JOUR 1 :

1. Elaborer sa stratégie de communication digitale

- Evaluer la E-réputation de l'entreprise et écouter les communautés
- Bâtir un plan de communication : quel médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
- Choisir le ton de sa communication
- Comprendre les différents usages des médias sociaux (matrice POEM)
- Constituer l'équipe : les nouveaux métiers

2. Panorama des réseaux et médias sociaux

- Point sur l'évolution des différents médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, YouTube...

3. Etablir un dispositif sur les médias sociaux pour un événement

- Augmenter la visibilité de votre événement grâce aux médias sociaux
- Créer un dispositif omnicanal pour valoriser un événement
- Utiliser les événements pour produire du contenu

4. Identifier les opportunités publicitaires

- Business models des réseaux et des médias sociaux
- Quels objectifs pour les Social Ads ?





TRAINING 4 SUCCESS

LA STRATEGIE DE LA COMMUNICATION DIGITALE

(MOD_2019027)

VS 01/01/2021

DUREE :

- 14 Heures

TARIF :

- Intra-entreprise : 1200 € HT
- Inter-entreprises : *nous consulter*

ACCESSIBILITE PMR :

- Nos locaux sont accessibles et adaptés aux personnes à mobilité réduite. Un référent pédagogique (Valérie LECSIEUX) est à votre disposition pour tous aménagements pédagogiques et matériels liés à votre formation

MODALITE D'ACCES :

- Présentiel
- E-learning (visio)

DELAIS D'ACCES :

- Nous consulter

NOMBRE DE PARTICIPANTS :

- Min 6 – Max 8

COMPETENCES :

- Elaborer une stratégie de communication digitale et la décliner en plan opérationnel
- Mettre en œuvre le mix des actions de communication

✓ JOUR 2 :

1. Mesurer les actions de communication digitale

- Connaître les différentes métriques : like, portée, impressions, RT, followers...
- La mesure de l'engagement, notion de ROE et ROI
- Les outils de management des communautés – Social Media Management Systems (SMMS)

2. Repérer et communiquer avec les blogueurs influents

- Comprendre l'économie des blogs et des influenceurs sur les médias sociaux
- Etablir un programme influenceurs en 4 étapes
- Comprendre l'importance des micro-influenceurs

3. Gérer la communication de crise en ligne

- Evaluer les crises : appréhender les typologies de crise sur internet
- Comprendre l'importance de la gestion des avis clients négatifs sur internet

Nota : Une attestation de fin de formation sera remise au stagiaire



Référent handicap :
Valérie LECSIEUX –
06.79.77.37.45

Training 4 Success
660 bis Route d'Amiens – Bat 1 – CS54007
80040 AMIENS Cedex
contact@t4s.fr
03 61 19 97 34

