

Communication et Marketing Digital

Construire une stratégie de communication et de marketing digital.

• Public :

Dirigeants de TPE / PME - Responsables marketing / communication - Chargés de communication...

• Pré-requis :

Fondamentaux (bonne compréhension écrite et orale du français).

Modalités d'accès

- La demande de formation est initiée par l'employeur ou le(s) salarié(s).
- Un premier entretien téléphonique permet d'évaluer les attentes du(des) stagiaire(s).
- A réception du devis signé, une organisation logistique, technique, pédagogique et financière est établie.

Délai d'accès

- L'entrée en formation s'effectue dès les modalités d'accès complétées.
- Notre formateur contacte le(les) stagiaire(s) sous 15 jours afin de définir les dates de la formation.

Accessibilité

Les personnes en situation de handicap intéressées par cette formation sont invitées à nous contacter afin d'étudier ensemble les possibilités d'aménagement et d'accès à la formation.

Encadrement

- Le formateur est diplômé et qualifié dans le domaine de compétence de la formation.
- Le formateur accompagne les stagiaires tout au long de la formation.

Evaluation des acquis

- Chaque stagiaire répondra à un questionnaire d'évaluation des connaissances.
- Le formateur procédera à une évaluation des acquis de chaque stagiaire, notifiée dans un rapport.

Questionnaire de satisfaction

Le stagiaire répondra à un questionnaire d'évaluation qualité de la formation.

Validation / Sanction

Une attestation de formation sera remise au(x) stagiaire(s) à la suite de la formation.

Objectif de la formation

À l'issue de la formation, le(s) stagiaire(s) seront en capacité d'avoir une stratégie de communication efficace.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux d'une stratégie de communication cohérente et efficace.
- Savoir planifier, structurer et piloter une stratégie digitale.
- Identifier les bons canaux, messages et contenus pour toucher sa cible.

Moyens pédagogiques

- Alternance d'apports méthodologiques et de mise en pratique.
- Travail en équipe : création d'un mini-plan de communication digitale.
- Présentation orale de la stratégie.

Moyens techniques

Un support pédagogique sera remis à l'entreprise lors de la formation.

Programme

Les fondations d'une stratégie de communication

- Vision, mission, valeurs et identité de marque.
- Objectifs SMART et ciblage.
- Positionnement et promesse de marque.

Élaborer une stratégie digitale

- Panorama des canaux : site web, réseaux sociaux, e-mail, SEO/SEA, influence.
- Choisir les leviers adaptés à ses objectifs.
- Définir les KPIs de performance.

Création de contenu et plan de communication

- Stratégie de contenu : storytelling, ligne éditoriale, formats.
- Planification (calendrier éditorial, outils de pilotage).
- Mesure et ajustement de la performance (reporting, analytics).