

Optimiser la communication digitale de l'entreprise

4 jours (28h)

Ajouté le 02/08/2022 - Modifié le 17/12/2024

À partir de 1760€ NET

Le professionnel exerçant le pilotage des actions de communication numérique de l'entreprise assure la création, le déploiement et la gestion de ses outils et supports digitaux.

Objectifs

- Concevoir les actions de communication numérique de l'entreprise à mettre en œuvre
- Créer et gérer les contenus et supports de communication numérique de l'entreprise
- Evaluer l'efficacité de la communication numérique de l'entreprise et des retombées des actions mises en œuvre

Compétences visées

- Analyser le positionnement en ligne, les outils et les supports de communication numérique de l'entreprise
- Déterminer les actions et leur calendrier de mise en œuvre
- Evaluer les moyens humains et financiers nécessaires à la mise en œuvre des actions
- Etablir le cahier des charges des actions de communication
- Elaborer des contenus adaptés
- Gérer l'évolution et la mise à jour des supports de communication
- Piloter les modalités d'animation de la relation clients/utilisateurs
- Construire des tableaux de bord et indicateurs de suivi
- Analyser l'efficacité des outils et actions de communication digitale
- Définir les mesures correctives à mettre en œuvre

Public

Toute personne souhaitant développer ses compétences dans la communication digitale

Prérequis : Aucun Pour les classes virtuelles : Disposer d'un ordinateur avec micro et caméra et d'une bonne connexion internet

Accessibilité : Formation ouverte aux personnes en situation de handicap : un référent handicap étudiera les adaptations pouvant être mises en place pour vous permettre de suivre la formation. Pour plus d'information : rendez-vous sur les pages de présentation de nos Centres de formation.

Délais d'accès : L'accès à la formation est soumis au délai d'acceptation des financeurs et du temps de traitement de la demande : de 7 jours à 2 mois selon le mode financement.

Optimiser la communication digitale de l'entreprise

Programme

Analyse du positionnement en ligne, des outils et canaux de communication

- Les principes du marketing digital
- Le positionnement (Objectifs, audience, problématique à résoudre)
- Les canaux de communication numérique (Fédérer sa communauté avec les RS, raconter une histoire ou démontrer son expertise avec le blog, convertir avec le site web, fidéliser avec les newsletters, identifier les spécificité et application pour les mobinautes)
- L'impact du digital dans sa communication (Les tendances du marketing digital et l'omnicanal, le marketing de contenus et le ZMOT, le POEM (Paid Owned Earned Media))

Planification d'un projet de communication numérique

- Définition des objectifs et priorisation des actions
- Formalisation de l'écosystème web pour faire apparaître les différents points de contact
- Planification des publications digitales

Identification des moyens humains et financiers

- Élaboration d'un circuit éditorial adapté à ses moyens - Workflow Editorial (Identification des contraintes et des ressources mobilisables, définition des acteurs concernés et de leurs interactions, identification des ressources dans l'entreprise)
- Identifier des prestataires externes
- Estimer les coûts

De la stratégie digitale à la formalisation : le cahier des charges

- Les objectifs poursuivis
- Le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales

Elaboration des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique

- Insertion du contenu multimédia à travers les différents canaux (La législation et les usages sur l'utilisation des images, utilisation des images, des vidéos, illustration et renforcement de son message grâce à des images, insertion d'une vidéo ou d'un fichier audio dans une logique de contenu)
- Structurer son discours et construire des contenus adaptés à chaque canal de communication (comprendre l'outil « charte éditoriale », appliquer la charte éditoriale à chaque canal de communication, comprendre l'outil « rédaction web », appliquer les fondamentaux de la rédaction Web)

Gestion de l'évolution et de la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise

Optimiser la communication digitale de l'entreprise

- Les clés de l'opérationnalité (Adaptation de son arborescence pour réorganiser ses contenus, optimisation de l'ergonomie de son site pour augmenter la conversion de ses visiteurs en clients, utilisation des gabarits de contenu pour gagner en confort rédactionnel, gain en visibilité sur les moteurs de recherche : SEO et SEA)

Pilotage des modalités d'animation de la relation clients/utilisateurs sur les supports de communication numérique

- Les fondamentaux de l'identité numérique et de la e-réputation
- Surveiller ce qui se dit sur vous : est-ce possible ?
- Mise en place d'une veille active : analyser, engager la conversation.
- Réponse aux avis (Récueillir des avis, savoir répondre aux avis positifs et négatifs, prendre la main sur les sites d'avis pour pouvoir réagir aux commentaires négatifs)
- Préparation de sa stratégie de réponse aux avis (Réagir face à un bad buzz, définir et mettre en place une organisation de crise, gérer l'après-crise et les bonnes pratiques à adopter)
- Les bonnes pratiques pour animer sa communauté : règles de conduite, convivialité, respect mutuel

Construction des tableaux de bord et des indicateurs de suivi

- Quels sont les KPI (indicateurs clés de performance) ?
- Comment construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie ?
- Mise en pratique : définir les indicateurs en fonction des facteurs clés de succès pour atteindre l'objectif.


Analyse de l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise


- Analyse de la fréquentation, les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience
- Mesure du Retour sur investissement
- Définition des jalons de la surveillance des indicateurs de suivi
- Analyse des écarts entre les résultats attendus et les résultats mesurés


Définition des mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées

- Identification des causes et origines des écarts
- Construction d'un plan d'action


Dates & lieux

 16 (9h à 12h30), 23 (13h30 à 17h), 30 mai (9h à 12h30), 06 (13h30 à 17h), 13 (9h à 12h30), 20 (13h30 à 17h) 27 juin (9h à 12h30) et 04 juillet 2025 (13h30 à 17h)


 Nantes / St-Herblain


 1760.00


Optimiser la communication digitale de l'entreprise


 18 et 19 septembre, 02 et 03 octobre 2025

 Angers

 1760.00

 01, 02, 08 et 09 décembre 2025

 Nantes / St-Herblain

 1760.00



Les points forts

Une offre riche et diversifiée de plus de 200 formations sur des thématiques très ciblées. Une équipe à votre écoute pour vous accompagner dans la réalisation de vos projets formation !

Retrouvez tous nos indicateurs de satisfaction et de performance sur les pages de présentation de nos centres de formation



Modalités pédagogiques

Le formateur apporte non seulement des notions théoriques mais également un accompagnement des stagiaires vers l'acquisition des compétences et leur validation par la pratique.

De ce fait, le déroulement des formations inclut des travaux : en sous-groupes, de préparation d'exposés, de mises en situation, des exercices d'application, des ateliers de travail.

Équipe pédagogique : Les formateurs CCI FORMATION sont sélectionnés en cohérence avec les méthodes pédagogiques que nous encourageons. Ils sont référencés sur la base de leur expertise dans leur domaine d'intervention et leur capacité à partager leur expérience au travers de solutions concrètes et opérationnelles.

Méthodes : Les CCI des Pays de la Loire vous accueillent en proximité dans leurs établissements de formation. Nos équipements, conçus pour répondre à l'ensemble des thématiques de formation proposées, offrent un cadre d'apprentissage agréable, performant et stimulant. Découvrez sur nos pages centres de formation, la présentation détaillée de nos infrastructures. Pour les classes virtuelles ; Tutorat Technique ; Avant la Formation ; La vérification du fonctionnement du matériel de visio conférence est assuré auprès de chaque participant Pendant la Formation ; Une assistance technique (Hotline) est disponible pour résoudre les problèmes techniques



Validation/Certification

Un positionnement est réalisé en début de formation. A l'issue de la formation, les acquis de connaissances du participant seront évalués au regard des objectifs de la formation (QCM - quizz - mise en situation ...). Une attestation de fin de formation pourra être remise au stagiaire à l'issue de la formation.