Formation Elaborer une stratégie de communication digitale

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92 | TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07 | E-MAIL : inscription@hubformation.com

Ce stage vous montrera comment définir les objectifs et élaborer une stratégie de communication digitale performante en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise. Il vous apprendra à mettre en oeuvre un dispositif de communication digitale et les outils nécessaires à son évaluation et à son optimisation.

Référence	CDT
Durée	2 jours (14h)
Tarif	1 510 €HT
Repas	repas inclus

Objectifs

| Elaborer une stratégie de communication digitale et la décliner en plan opérationnel
| Mettre en oeuvre le mix des actions de communication spécifiques au Web
| Piloter et évaluer ses actions de communication Web

Public

| directeurs de la communication
| community managers
| toutes personnes impliquées dans la mise en oeuvre d'une stratégie de communication digitale

Prérequis

| Aucun

Programme de la formation

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.

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, Twitter).
| Benchmarking de stratégies de communication digitales actuelles.
| Travaux pratiques : Réalisation d'un état des lieux de la communication digitale avec le SWOT.

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.

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)
du 11 au 12 septembre 2025
du 18 au 19 décembre 2025

PARIS
du 4 au 5 septembre 2025
du 18 au 19 décembre 2025

LYON
du 11 au 12 septembre 2025
du 18 au 19 décembre 2025

VOIR TOUTES LES DATES

HUB Formation - 14 avenue de l'Opéra - 75001 Paris
01 85 77 07 07 - www.hubformation.com - SIREN 525 287 785

Mise 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.
| 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.

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.

Méthode pédagogique

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

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

| Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
| Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
| Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
| Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
| Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
| Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
| Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
| Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
| Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité

Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.