Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise - Option CCE

Digital

Référence de la formation : **G300**
Villes : **Colmar**, **Strasbourg**, **Mulhouse**

Apprenez à piloter les actions de communication numérique de votre entreprise en assurant la création, le déploiement et la gestion de ses outils et supports digitaux avec notre formation certifiante reconnue.



En présentiel



Accessible



CPF



Formations certifiantes

Durée : **4 jours (28 heures)**
Tarif Inter :

Formation de base : 1 980 € net/personne
Option CCE en sus : 500 € net/personne

Tarif intra sur demande

Strasbourg
Noémie REMY
Assistante commerciale
Site de Strasbourg
+33 3 88 43 08 08

Colmar
Danielle KRUGER-LOTH
Chargée de relation client
Site de Colmar
+33 3 89 20 22 31

Mulhouse
Gaëlle GIGAN
Chargée de relation client
Site de Mulhouse
+33 3 89 33 35 14

Mise à jour le 25 mars 2024

Vous souhaitez acquérir ou consolider vos compétences dans le pilotage de la communication numérique de l'entreprise ? Vous avez des missions de développement digital ou vous êtes Community Manager ?

Participez à cette formation et apprenez à rechercher, identifier et sélectionner les outils de communication numérique les plus pertinents. Vous apprendrez à gérer les supports de communication digitaux et pourrez suivre et analyser les

statistiques.

Cette formation courte de 4 jours est certifiante et est parfaite pour maîtriser les mécanismes d'une bonne communication numérique et digitale de l'entreprise.

Objectifs de la formation

- 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'efficience de la communication numérique de l'entreprise et des retombées des actions mises en œuvre

A qui s'adresse la formation ?

Public

Toute personne souhaitant faire certifier ses compétences dans la communication digitale

Pré-requis

Bonne maîtrise dans l'utilisation des outils informatiques

Posséder des compétences rédactionnelles

Les points forts de la formation

- Formation en petit groupe
- Formation validée par le passage de la certification

Programme de la formation

1. 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
- IIdentifier 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)

2. Planification d'un projet de communication numérique

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

3. 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

4. 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

5. 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

6. 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

7. Gestion de l’évolution et de la mise à jour régulière des supports de communication numérique 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

8. 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
- Récolter 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

9. 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.

10. 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

11. 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

Modalités de la formation

Modalités pédagogiques

Apports théoriques et applications concrètes Exemples et échanges

Application et mise en œuvre

Organisation

Formation présentielle

Évaluation des connaissances

L'intervenant vérifie régulièrement au cours de la formation le degré d'atteinte des objectifs pédagogiques à travers des exercices d'application, des simulations ou des études de cas.

Validation de la formation

ATTESTATION D'EVALUATION DES ACQUIS

ATTESTATION DE SUIVI DE FORMATION

Possibilité de passer le Certificat de Compétence en Entreprise de CCI FRANCE : RS5374 – Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise (Certificat de Compétences en Entreprise-CCE)

Titre certifié enregistré au Registre Spécifique sous le code « RS5374 » le « 17/03/2021 » délivré par « CCI France »

Financement

Formation finançable par le CPF avec CCE « Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise : Code RS5374

STRASBOURG

COLMAR

MULHOUSE

Chiffres clés

92 %
de recommandation en 2022

92 %
de satisfaction en 2022

5601
nombre de stagiaires en 2022

CCI Campus Alsace - Strasbourg
234 Avenue de Colmar, 67021, Strasbourg

CCI Campus Alsace - Colmar
4 Rue du Rhin, 68000, Colmar

CCI Campus Alsace - Mulhouse
15 Rue des Frères Lumière, 68350, Mulhouse