

# Formation Concevoir et déployer la communication digitale en entreprise - Option CCE

**Digital / Web Marketing / Communication**

Référence de la formation : **Y017**

Villes : **Strasbourg, Colmar, 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** : 1 990 € net/personne

**Option CCE en sus** : 500 € net/personne

[Tarif intra sur demande](#)

*Mise à jour le 1 décembre 2025*

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
- Le certificat de compétence en entreprise est accessible à toute personne pouvant démontrer qu'elle exerce ou a exercé une mission effective lié au CCE concerné en milieu professionnel ou extraprofessionnel (ayant suivi ou non une formation préalable sur cette thématique)

## 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
- 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)

## 2. 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

## 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 présentielles

### 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 financable par le CPF avec CCE « Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise : Code [RS5374](#)

[STRASBOURG](#)

[COLMAR](#)

[MULHOUSE](#)

## Chiffres clés

**93 %**

de recommandation en 2024

**90.5 %**

de satisfaction en 2024

**7266**

nombre de stagiaires en 2024