

Formation STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE Avancé I en 3 jours : Construire et piloter votre stratégie de communication digitale

3 jours 21 heures
Programme de formation

Public visé

Directeur, responsable communication et/ou Marketing / chargé de communication / Responsable digital / community Manager.

Plus généralement, tout professionnel souhaitant concevoir et piloter une stratégie digitale performante.

Pré-requis

Pas de prérequis nécessaire pour participer à cette formation.

Objectifs pédagogiques

- Définir et piloter sa stratégie digitale
- Uniformiser sa stratégie Offline et online
- Créer et diffuser des contenus de marques favorisant votre référencement

A l'issue de cette Formation Stratégie de Communication Digitale avancé, vous serez en mesure de créer, piloter et optimiser votre stratégie de communication digitale.

Description / Contenu

Présence de la marque sur le web : le site internet et le nom de domaine

Nom de domaine : 1er axe de visibilité de la marque sur Internet

- Définition et intérêt : image de marque, référencement, e-mail, protection de marque, projet de site
- Comment choisir son nom de domaine ? son extension ? Durée de validité ?
- Liens entre marque et le nom de domaine
- La procédure d'enregistrement : recherche de disponibilité de marque et de nom de domaine / Quand, où et combien ça coûte ? Que faire en cas d'indisponibilité ?
- Stratégie de protection de l'E-marque
- Visibilité de la marque et site Internet

Exercices pratiques :

- Recherche de disponibilité d'une marque / d'un NDD
- Création boîte mail personnalisée

Travailler le design du site pour s'assurer de sa performance

- Comment uniformiser la stratégie Offline et Online pour une cohérence de communication ? / respecter les codes offline pour la stratégie Online



- E-marque : Sensibilisation au webdesign et à l'ergonomie Web / Grandes généralités, évolution du design, impact sur le comportement online / Tendance du webdesign : mobile first !
- Les fondamentaux du webdesign pour mieux convertir : la règle des 3 clics / Méthode A.I.D.A. / AB testing...
- Sensibilisation : Le design des opérations marketing
- Landing page : Objectif, performance et intérêt de la landings page

Travailler votre stratégie de contenu afin de maximiser votre visibilité

- Enjeux pour les marques / Impact du digital pour le contenu de marque
- Formes : publicitaire, éditorial, divertissement, communauté, content marketing...
- Formats : blog, livres blancs, études, infographies, vidéos, sondages en ligne...
- Les caractéristiques clés du contenu pour l'E-marque (brand culture, brand journalisme, Branded Entertainment...)
- Définition de la ligne éditoriale cohérente avec la marque
- Créer et diffuser des contenus de marque : original et de qualité : Contenu sur ses propres supports (site web, réseaux sociaux...) / contenu sur des supports tiers (engager des leaders d'opinions, des influenceurs...) / Co-crédation de contenus avec les internautes
- Mesurer de la stratégie digital de brand content : Définir les indicateurs de performance : ROI, ROA, ROC...
- Mesurer l'impact sur l'image de sa marque, sa notoriété, l'engagement de la communauté, l'impact sur ses ventes...
- Etude de cas sur des tableaux de bord et KPI clés

Découvrez nos thématiques sur la [Formation SEM : Stratégie et Marketing digital](#)

- Notre [Formation Stratégie Digitale et Webmarketing](#)
- Notre [Formation Analyse Sémantique](#)
- Notre [Formation Marketing Digital Avancé](#)

Modalités pédagogiques

- Formation Stratégie de Communication Digitale Avancé avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation et explications imagées.
- Des exercices et des simulations avec débriefing
- Nous pouvons adapter notre pédagogie aux différents participants afin, par exemple, de rendre accessible nos sessions aux différentes situations de handicap. Pour cela, précisez-le nous dès nos premiers échanges pour affiner notre démarche et faciliter l'acquisition des compétences par l'ensemble des participants.

Moyens et supports pédagogiques

Atouts de notre offre de formation marketing digital : Bénéficiez de l'expérience client-agence de notre équipe d'experts formateurs maîtrisant parfaitement les thématiques du webmarketing.

- Moyens pédagogiques : Training (cas pratiques, quiz, mises en situation, analyses de bonnes pratiques...)
- Support : Le formateur vous remettra le support pdf de cette formation à l'issue de la session
- Pour les formations Intra, en option : un bilan de formation pourra être remis au dirigeant ou commanditaire de formation (pour les formation INTRA comprenant plusieurs journées de formation)

- Pour les formations Intra, en option : possibilité de mettre en place un accompagnement post formation sous la forme d'un suivi personnalisé et récurrent par le formateur durant les mois suivants la formation
- Pour les formations Intra, en option : Bilan annuel des actions de formation pour les cursus supérieurs à 10 sessions de formation

Modalités d'évaluation et de suivi

- Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants en amont de la formation pour mesurer leur niveau de maîtrise et permettre au formateur d'adapter sa pédagogie
- Signature d'un émargement par les participants et le formateur afin de justifier l'assiduité de chacun (émargement électronique)
- Recueil à l'oral des besoins par le formateur au démarrage de la formation
- Echange en fin de formation entre les participants et le formateurs pour valider que la formation a bien répondu aux attentes des participants et que objectifs pédagogiques ont été atteints
- Une questionnaire d'évaluation est envoyé aux participants pour mesurer l'acquisition des compétences à l'issue de la formation.
- Un formulaire de satisfaction est rempli par les participants à l'issue de la formation pour recueillir leurs satisfactions et mesurer la qualité de la formation assurée.