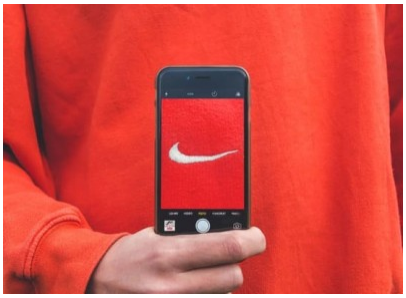
Le 13 novembre 2026
MOD_2020036

Formation STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE Avancé : Construire et piloter votre stratégie de communication digitale

Durée : 21 heures



Programme de la 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 la stratégie digitale de sa marque ou de son entreprise
- Uniformiser sa stratégie Offline et online pour son entreprise
- Créer et diffuser des contenus de marques favorisant votre référencement et la visibilité de votre marque

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 Entertainement...)
- 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-création 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

Compétences acquises à l'issue de la formation

- Définir et piloter la stratégie digitale de sa marque ou de son entreprise
- Uniformiser sa stratégie Offline et online pour son entreprise
- Créer et diffuser des contenus de marques favorisant votre référencement

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 récurent 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 répondue aux attentes des participants et que les objectifs pédagogiques ont été atteints
- Un 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.

Informations sur l'accessibilité

Nous pouvons apporter des installations ou prestations spécifiques pour les personnes en situation de handicap.
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.

Modalité d'admission et délais d'accès

Dates d'entrée en formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 8 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 3 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmées jusqu'à 48 heure avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera requise.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé (type kit piéton)

En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads....),

Témoignages des Participants

(si formation déjà réalisée dans sa forme et son programme actuel)