



Concevoir et Déployer une Stratégie de Communication Digitale (21 H)

OBJECTIFS



Mettre en place une
Stratégie de
communication digitale



Créer une stratégie sur les
réseaux sociaux



Référencer son site
internet avec le SEO



Créer une campagne
Google Ads, Facebook et
Instagram Ads



Analyser les résultats de
sa stratégie et gérer sa
réputation en ligne



Téléphone
06 80 52 30 50



Email
contact@entrepreneurdigital.eu



Site internet
entrepreneurdigital.eu

PUBLIC

Entrepreneurs et indépendants, créateurs et repreneurs d'entreprise, salariés dans le secteur de la communication, qui souhaitent trouver de nouveaux clients sur le web grâce à la communication digitale.

PRÉREQUIS

Disposer d'un ordinateur portable pour toute la durée de la formation. Le stagiaire doit être chargé de la communication digitale au sein d'une TPE/PME, ou amené à l'être.

ACCESSIBILITÉ

Les locaux situés 441 Rue Aristide Berges, 66000 Perpignan sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

PRISE EN CHARGE ET DÉLAIS D'INSCRIPTION

Entrepreneur Digital est certifié QUALIOP. Votre OPCO et Pôle Emploi peuvent prendre en charge le coût de cette formation

Pour une prise en charge OPCO, demande 2 mois avant le début de la formation.

MOYENS TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

La formation est assurée par une formatrice certifiée et diplômée d'un master 2 dans le marketing digital. La formatrice met à disposition du stagiaire un support de cours, propose une mise en pratique ainsi qu'un test pour chaque module.

La salle de formation est équipée d'une connexion internet, d'un écran LCD et d'un rétroprojecteur.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Formation disponible en présentiel à Perpignan ou en distanciel (formation visio). Possibilité d'effectuer la formation en individuel

La formation intra-entreprise est également proposée par Entrepreneur Digital.

DURÉE

La durée totale de la formation est de 21 h (sur 3 journées pleines ou 6 demi-journées).

MÉTHODES MOBILISÉES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Un questionnaire est envoyé à chaque stagiaire en amont de la formation afin de connaître son niveau, ses attentes et ses besoins.

Tout au long de la formation, des exercices, des quiz et des mises en situation sont mis en place pour évaluer le niveau de l'apprenant.

En fin de formation, un questionnaire est remis au stagiaire pour qu'il puisse évaluer la formation. Un second questionnaire de satisfaction est également envoyé à froid, trois mois après la fin de la formation.

TARIFS

- Formation individuelle en distanciel (une personne, formation visio) : 1320 €
- Formation individuelle en présentiel (une personne à Perpignan) : 1570 €

CERTIFICATEUR

Certification Concevoir et déployer une stratégie de communication digitale. Certification enregistrée au répertoire spécifique sous le numéro RS6993 – Certificateur : DGTAL CONSULTING. Date d'enregistrement : 18/12/2024 et et jusqu'au 18/12/2026.

MODULE 1 : POSITIONNER SON OFFRE & METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE - DURÉE : 6 H 00

Objectif pédagogique : Positionner l'offre de produits ou services de l'entreprise sur son marché

Objectifs opérationnels

- Être capable de définir des objectifs de communication
- Être capable de se positionner par rapport à ses concurrents
- Être capable de définir un persona
- Être capable d'identifier les besoins et attentes de la clientèle cible
- Être capable de réaliser un benchmark de ses concurrents
- Être capable d'élaborer un plan de communication
- Être capable de comparer l'offre avec celle des concurrents pour déterminer les points de différenciation

Évaluation des compétences QCM : QCM Mettre en place une stratégie de communication digitale

Exercice par la pratique : Élaborer un plan de communication

MODULE 2 : CRÉER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX - DURÉE : 6 H 00

Objectifs pédagogiques : Concevoir une stratégie de communication digitale adaptée aux besoins de l'entreprise, Concevoir un planning de diffusion digitale, Créer du contenu visuel et textuel adapté à la cible visée et conforme à la législation en vigueur

Objectifs opérationnels

- Être capable de créer une stratégie de contenus
- Être capable de créer un planning éditorial
- Être capable de programmer ses publications
- Être capable de mettre en place une routine d'engagement personnalisée
- Être capable d'assurer la modération et la gestion des interactions sur ses réseaux sociaux
- Être capable de créer différents types de visuels et vidéos pour les réseaux sociaux
- Être capable d'analyser ses résultats
- Être capable de structurer un argumentaire et des messages clés adaptés à la cible

Évaluation des compétences : QCM Mettre en place une stratégie de communication digitale

Exercice par la pratique : Créer et compléter un planning éditorial

MODULE 3 : RÉFÉRENCER SA FICHE ÉTABLISSEMENT GOOGLE ET/OU SON SITE INTERNET - DURÉE : 4 H 00

Objectif pédagogique : Connaître les différents facteurs clés du SEO et être capable d'optimiser son site web ou sa fiche établissement Google

Objectifs opérationnels

- être capable de trouver les mots-clés adaptés
- être capable de suivre la progression de son référencement sur les moteurs de recherche
- être capable de renseigner un attribut Alt sur une image
- être capable de réaliser l'audit d'un site internet
- être capable de rédiger des métas-titres et métas-description
- être capable d'installer un plugin SEO sur son site internet
- être capable de créer un balisage sur ses pages web

Évaluation des compétences : QCM Mettre en place une stratégie de communication digitale

Exercice par la pratique : Mettre en place le référencement de sa fiche Google ou de son site internet

MODULE 4 : FAIRE DE LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX OU SUR GOOGLE (SEA) - DURÉE : 4 H 00

Objectif pédagogique : Maîtriser l'outil Meta Business Suite et être capable de créer une campagne publicitaire

Objectifs opérationnels

- être capable de paramétrer un compte publicitaire
- être capable d'installer un pixel de suivi
- être capable de distinguer les différents objectifs de campagne publicitaire
- être capable de rédiger une annonce publicitaire
- être capable de créer un rapport d'analyse en fonction de ses objectifs publicitaires
- Être capable d'utiliser des outils d'analyse et de suivi des performances
- Être capable d'identifier les points forts et les axes d'amélioration de la stratégie
- Être capable de proposer des ajustements et des optimisations

Évaluation des compétences : QCM Campagnes Facebook, Instagram Ads ou Google Ads

Exercice par la pratique : Créer une campagne publicitaire

MODULE 5 : ANALYSER LES RÉSULTATS DE SA STRATÉGIE & GÉRER LA RÉPUTATION EN LIGNE DE L'ENTREPRISE : 1 H 00

Objectif pédagogique : Analyser les performances de la stratégie de communication digitale et gérer la réputation en ligne de l'entreprise

Objectifs opérationnels

- Être capable d'identifier les points forts et les axes d'amélioration de la stratégie
- Être de surveiller les mentions et les avis en ligne concernant l'entreprise
- Être capable de proposer des ajustements et des optimisations
- Être capable de mettre en place des actions pour renforcer l'image positive de l'entreprise

Évaluation des compétences : QCM Mettre en place une stratégie de communication digitale

Exercice par la pratique : Créer une campagne publicitaire