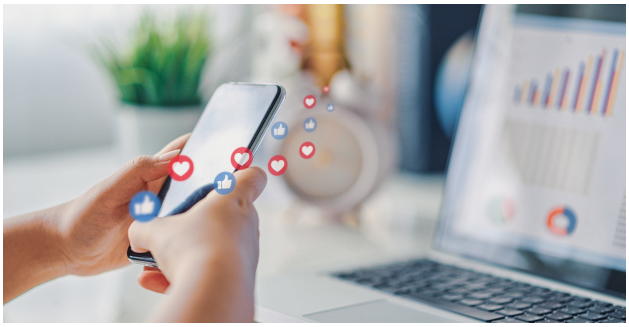
Stratégie de développement digital



Date de dernière mise à jour 02 juillet 2024

Durée et organisation

Durée 2 jours

Lieu | Date

Au moins une session de formation est proposée chaque année, sur au moins l'un de nos sites en Bretagne : Brest, Bruz/Rennes, Lorient, Plérin/Saint-Brieuc, Quimper, Redon, Vitré.

Objectif de la formation

À l'issue de la formation, les stagiaires devront être capables de :

- Savoir élaborer une stratégie de communication digitale
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication
- Acquérir les leviers pour réussir : événements, publicités, liens avec blogs et communication de crise sur les médias sociaux

Programme

1 - Élaborer sa stratégie de communication digitale

- Évaluer la e-réputation de l'entreprise et écouter les communautés
- Bâtir un plan de communication : quels médias et réseaux sociaux ? Pour quels objectifs ?
- Choisir le ton de sa communication

Admission

Public

- Tous publics : salariés, demandeurs d'emploi, ...

Modalités et délais d'accès

Modalités

Inscription et signature de la convention de formation

Délais d'accès

Formation proposée pour minimum 1 session par an. Les inscriptions sont acceptées jusqu'à la semaine précédent le démarrage de la formation.

Parcours adaptés

Adaptation possible du parcours selon profil du stagiaire

Handicap

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap (moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre). En savoir +, contacter notre référent handicap : **ICI**

Coût

660 € HT

Modalités et moyens pédagogiques

Méthodes pédagogiques

Formation en présentiel avec alternance d'apports théoriques et de mises en situations pratiques pour ancrer les apprentissages et/ou en distanciel pour

- Comprendre les différents usages des médias sociaux (matrice POEM)
- Constituer l'équipe : les nouveaux métiers

2 - Panorama des réseaux et médias sociaux

- Point sur l'évolution des différents médias sociaux : Facebook ; Twitter ; LinkedIn ; Instagram ; Snapchat ; YouTube…

3 - Établir un dispositif sur les médias sociaux pour un événement

- Augmenter la visibilité de votre événement grâce aux médias sociaux
- Créer un dispositif omnicanal pour valoriser un événement
- Utiliser les événements pour produire du contenu

4 - Identifier les opportunités publicitaires

- Business models des réseaux et médias sociaux
- Quels objectifs pour les Social Ads ?
- Tour d'horizon des solutions publicitaires proposées par Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat

5 - Mesurer les actions de communication digitale

- Connaître les différentes métriques : like, share, portée, impressions, RT, followers…
- La mesure de l'engagement, notion de ROE et ROI
- Les outils de management des communautés - Social Media Management Systems (SMMS)

6 - Repérer et communiquer avec les blogueurs influents

- Comprendre l'économie des blogs et des influenceurs sur les médias sociaux
- Établir un programme influenceurs en 4 étapes
- Comprendre l'importance des micro-influenceurs

7 - Gérer la communication de crise en ligne

- Évaluer les crises : appréhender les typologies de crise sur Internet (fail, bad buzz, crise…)
- Comprendre l'importance de la gestion des avis clients négatifs sur Internet

Indicateurs de performance

- **Satisfaction stagiaire :**

100 %

388 salariés formés en 2023 en Efficacité professionnelle | Communication | Management | RH

Pour obtenir des données précises, merci de contacter notre service Qualité.

Indicateurs mis à jour le 01/07/2024

certains modules.

Moyens pédagogiques

Salles de formation équipées et plateaux techniques adaptés et aménagés d'équipements spécifiques.

Équipe pédagogique

Formateurs experts titulaires au minimum d'un BAC+2/+4 et/ou d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans le domaine, professionnels du métier, responsable de formation, direction de centre, conseillers formations, référent handicap, équipe administrative

Modalités d'évaluation et d'examen

Démarche pédagogique

Le formateur réalise les apports et propose aux stagiaires des exercices d'application. Apports méthodologiques et opérationnels. Pédagogie axée sur des cas pratiques : mises en situation afin d'expérimenter les outils proposés et partage d'expérience.

Remise d'un support pédagogique

Modalités d'évaluation

Utilisation d'une grille de compétences lors des mises en situation collectives et individuelles.

Validation

- Remise d'une attestation de compétences

Contacts

Contactez votre conseiller▪ère inter :

- DPT 22-29 | Nadia LE CHANU | 02 96 58 69 86
- DPT 35-56 | Corinne PRIGENT | 02 96 58 07 27
- Vitré | Katia CANTIN | 02 99 74 11 89