



Formation Communication digitale : élaborer et piloter votre stratégie

Durée : 14 heures
client

Certification : BTS négociation et digitalisation de la relation

Prix : 1650

Référence : 21011091

Catégorie	Communication et Marketing
Sous-catégorie	Communication
Pour qui ?	Directeurs de la communication, community managers ou toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale
Prérequis	Aucun
Objectifs pédagogiques	Relation client à distance et digitalisation, Elaborer une stratégie de communication digitale et la décliner en plan opérationnel Mettre en œuvre le mix des actions de communication spécifiques au Web Piloter et évaluer ses actions de communication Web Relation client à distance et digitalisation (Bloc 2 BTS Négociation et digitalisation de la Relation Client)
Contenu de la formation	<p>COMPRENDRE LES MUTATIONS DE LA COMMUNICATION</p> <p>Les tendances de la communication sur Internet : Web 2.0, Web 3.0, Web 4.0... La logique relationnelle du Web Les nouveaux comportements des publics : interactivité, nomadisme, immédiateté...</p> <p>Réflexion collective et échanges sur les nouveaux comportements et les attentes des publics</p> <p>ANALYSER LA PLACE D'INTERNET DANS LES STRATEGIES DE COMMUNICATION</p> <p>L'architecture digitale de la marque et le "Paid, Owned et Earned"</p>

Connaître les leviers incontournables : publicité, achats de mots clés, référencement naturel, réseaux sociaux...

Comprendre les synergies de moyens d'une stratégie globale : le site et les autres plateformes (Facebook, Twitter)

Benchmarking de stratégies de communication digitales actuelles

Travaux pratiques : réalisation d'un état des lieux de la communication digitale avec le SWOT

CONCEVOIR SA CAMPAGNE DIGITALE

Identifier ses différents publics, leurs usages et besoins

Définir ses objectifs d'audience précis et réalisables

Identifier les leviers numériques les plus pertinents pour ses publics

Exploiter les synergies entre ces différents leviers

Allouer les budgets financiers, humains et organisationnels

Travaux pratiques : établir un persona et définir un média planning Web

MISER SUR LA CREATIVITE DIGITALE

L'impact des histoires dans le digital : du cross-media au transmedia

S'adapter aux différents formats et aux différents devices

Tirer profit du Big Data dans vos campagnes

Les facteurs clés de succès du buzz marketing

Les étapes clés du média planning Web

Travaux pratiques : préparer un brief pour une agence

PILOTER ET MESURER L'EFFICACITE DES ACTIONS

Site centric ou user centric ? Choisir les bons indicateurs

Quelles mesures pour l'e-réputation ?

Faire le lien entre les indicateurs et l'expérience vécue par les utilisateurs

Suivre la performance dans un tableau de bord efficace

Travaux pratiques : réaliser son tableau bord de suivi et ses périmètres d'évaluation

Suite de parcours possible	Communication digitale
Éligible au CPF	Oui

FINANCEMENTS

OPCO
OPCA
FAF
Pôle Emploi
La Région



CONTACTS



IFFP - Tour Belvédère SPACES
1 Cours Valmy 92 800 Puteaux



01 80 88 44 55



administration@iffp.pro