



Formation Cycle chargé(e) de communication digitale

Durée : 140 heures
relation client

Certification : BTS négociation et digitalisation de la

Prix : 3450

Référence : 21011111

Catégorie	Communication et Marketing
Sous-catégorie	Communication
Pour qui ?	Chargés de communication, community managers et rédacteurs web
Prérequis	Aucun
Objectifs pédagogiques	<p>Relation client à distance et digitalisation, Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux Définir une ligne éditoriale et gérer les contenus publiés Connaître et utiliser les techniques d'écriture pour le Web et pour le mobile Maîtriser les techniques de réalisation d'une vidéo pour le Web avec un iPhone Formaliser une stratégie de production et de diffusion de campagnes e-mailing et de newsletters Relation client à distance et digitalisation (Bloc 2 BTS Négociation et digitalisation de la Relation Client)</p>
Contenu de la formation	<p>REUSSIR SA STRATEGIE SOCIAL MEDIA Comprendre la mutation des modes de communication Connaître les différents types et usages des réseaux sociaux Identifier ses cibles et ses usages Comprendre les impacts sur son organisation</p>

Travaux pratiques : faire le point sur l'e-réputation de son entreprise, faire un état des lieux de sa présence et de son utilisation des réseaux sociaux

GERER SES COMMUNAUTES

Etablir des chartes internes et externes pour une bonne utilisation des réseaux sociaux

Elaborer et mettre en œuvre une stratégie d'influence

Social media planning : mettre en place une stratégie de communication multicanale

Créer des contenus visuels, améliorer son organisation et sa production

Travaux pratiques : découverte et pratique de solutions de Social Media Management

Exercices de gestion de communautés

SUSCITER L'ENGAGEMENT AVEC SES CONTENUS

Mettre en place des opérations d'animation et optimiser sa page Facebook

Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs

Améliorer la visibilité de ses publications

Gérer une crise sur Internet et les réseaux sociaux

Evaluer le ROI et la performance de ses actions

Travaux pratiques : découverte de solutions d'animation de communautés, optimisation de la rédaction et de la visibilité de ses publications, création d'un tableau de bord de veille

COMMUNIQUER AVEC FACEBOOK

Créer et organiser une campagne publicitaire sur Facebook : paramétrages, ciblage, formats, emplacements, budget...

Créer un jeu concours sur Facebook : règlementation, applications tierces...

Diffuser un événement avec Facebook Live

Maîtriser les fonctions d'administration avancées de Facebook

Travaux pratiques : utilisation des fonctions avancées d'administration de Facebook et d'outils de création de campagnes publicitaires et de concours

REDIGER POUR LE WEB

Connaître les spécificités de l'écriture pour le Web

Ecrire pour communiquer : communication produit, B2B, institutionnelle, de crise...

Ecrire pour être lu : proposer un contenu à valeur ajoutée, cohérent et adapté au discours

Ecrire pour être vu : la mécanique du référencement naturel

Définir une stratégie éditoriale.

Travailler l'ergonomie et la lisibilité, adapter son style au Web

Travaux pratiques : échanges et partages d'expériences, ébauche d'une charte éditoriale, écritures d'articles pour un site Web

OPTIMISER SES CONTENUS

Adapter et enrichir des contenus Web : Rich Media, visuels, vidéos, son...

Scénariser son contenu : découpage et progression

Le Copywriting : rendre attractif les titres, sous-titres, intertitres et chapôs.

Optimiser sa visibilité côté technique : code et balises html

Travaux pratiques : adaptation et enrichissement de textes, correction et amélioration de textes

REDIGER POUR LE MOBILE

Concevoir une stratégie de contenu adaptée au mobile

Déterminer et hiérarchiser les contenus de son site mobile

Adapter les techniques de rédaction au Web mobile

Mettre en place des outils d'évaluation et définir les indicateurs

Travaux pratiques : rédaction et rewriting de textes pour le mobile, scénarisation de textes pour les adapter à un traitement multimédia

REALISER UNE VIDEO AVEC UN IPHONE

Définir les objectifs d'une vidéo et les cibles à atteindre

Définir le cadre de captation, sélectionner les acteurs et préparer les moyens techniques

Réaliser une captation vidéo et son

	<p>Effectuer un montage avec iMovie Importer, exporter et diffuser ses vidéos Travaux pratiques : réalisation de plusieurs captations vidéo en conditions réelles, montage et diffusion via des réseaux sociaux</p> <p>CONCEVOIR DES CAMPAGNES E-MAILING ET DES NEWSLETTERS Définir les objectifs et cibles de ses campagnes Réaliser un cahier des charges Organiser et gérer des contenus, définir sa ligne éditoriale Rédiger : principes généraux, calibrage, relecture et validation Travaux pratiques : étude de newsletters et campagnes e-mailing existantes et analyse des bonnes pratiques</p> <p>DIFFUSER SA NEWSLETTER ET SES E-MAILS Collecter des adresses : location et achats de fichiers, actualisation et mise à jour de la base d'adresses... Diffuser une newsletter et des emails : mise en ligne, envoi, planning, rythme, relance, archivage... Evaluer et optimiser sa campagne et ses contenus Connaître les nouvelles tendances des campagnes e-mailing : trigger marketing, vidéo... Travaux pratiques : réalisation d'un projet de newsletter ou de brief de campagne pour une réalisation ultérieure ou externalisée</p>
<p>Suite de parcours possible</p>	
<p>Éligible au CPF</p>	<p>Oui</p>

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