

Définir et gérer sa communication digitale

Réf. : FTWEB-CDIG-PM

Durée formation : 2 jours - 14 heures

Objectifs : Gérer sa communication digitale en interne.

Public : Toute personne souhaitant gérer sa communication digitale.

Pré-requis : Bonnes connaissances de l'informatique. Pratique courante du web.

Méthode pédagogique : Didacticiel présenté en atelier individuel ou en groupe avec un formateur à proximité. L'échange est favorisé et encouragé par des temps de synthèse et de question réponse. Les apports méthodologiques sont illustrés d'exemples puis concrétisés à partir d'une recherche collective sur l'application possible en situation.

Déroulement de la formation : Mise à disposition d'une salle de formation équipée d'ordinateurs, licences à jour, de vidéo-projecteur, de tableau blanc. Accueil du/des stagiaire(s) 15 minutes avant le démarrage de la formation autour d'un café.

Suivi : **Avant la formation**, le participant est invité à compléter un **questionnaire d'évaluation avant formation**. Il pourra être audité par le formateur et/ou le conseiller commercial. **En début de formation**, le participant est invité à exprimer ses attentes afin de valider l'adéquation entre les objectifs individuels et de formation. Ces attentes seront reprises lors de la séquence d'évaluation de la formation pour relever, en tour de table, le niveau d'attente exprimé par le participant ainsi que sa satisfaction vis-à-vis du contenu et du déroulement de la formation. Une **fiche d'évaluation «à chaud»** sera remplie par le stagiaire. Un **compte-rendu de formation** sera rédigé par le formateur à l'issue de la formation. Une **fiche de suivi «post-formation»** sera remplie par le stagiaire 3 mois après la formation afin de vérifier l'utilité de celle-ci.

Moyen de suivi de la formation : Émargement.

Évaluation des acquis : Réalisation d'un exercice pratique reprenant les notions abordées lors de la formation et/ou d'un quizz.

Validation : Une attestation de fin de formation sera remise à l'issue de la formation.

Certification : Questionnaire en ligne intégrant QCM et exercices pratiques en condition d'examen en fin de formation (en option, + 1h15). **Éligible CPF** : Oui.

1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

- Panorama de la communication digitale.
- Contexte, études et analyses.
- Présentation des différentes typologies de projets.
- Présentation des différentes technologies.

2. STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

- Définition d'une stratégie.
- Élaborer un plan de communication digitale.
- Les étapes de la réalisation des différents supports.

3. GESTION DES CONTENUS

- La notion de contenus.
- Créer et organiser les contenus (textes, images, vidéos).

4. APPRENDRE À ÉLABORER UN CAHIER DES CHARGES WEB

- Analyse du besoin.
- Définition des fonctionnalités.
- Les contraintes techniques.
- Networking, administration réseau, hébergement.
- Les livrables souhaités.

5. WEB MARKETING

- Les différentes phases de la génération de trafic.
- Référencement (naturel et liens commerciaux).
- Affiliation /échange de liens.
- Réseaux sociaux.
- Bannières, pub, achat d'espace.
- Buzz marketing.

6. APPROCHES BUDGÉTAIRES

- Les différents modes de budgétisation.
- Les différents postes.
- Notion de travail jour / homme.

7. ÉTUDE DE CAS

- Réalisation d'une stratégie de communication digitale.
- Atelier, jeux de rôles.

8. CERTIFICATION ET CODE CPF (EN OPTION)

- Cette formation prépare à la Certification.
- Code correspondant sur le site officiel du CPF : www.moncompteformation.gouv.fr.