

Formation  
Capforma

CCI VAR

## Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise

Certificat de Compétences en Entreprise - Eligible au CPF

Numérique - Cybersécurité

### DURÉE

28 heures soit 4 jours

### TARIFS

Inter entreprises : 1 400€ (hors CCE) net de TVA - passage certification 500 €  
Intra entreprises : nous contacter

### PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Matériel nécessaire pour suivre la formation à distance :

PC ou une Tablette et une connexion Internet

### Partenaires



es actions de communication numérique de l'entreprise ( Certificat de Compétences en Entreprise-CCE

## Objectifs

-  Concevoir les actions de communication numérique de l'entreprise à mettre en œuvre.
-  Créer et gérer les contenus et supports de communication numérique de l'entreprise.
-  Évaluer l'efficacité de la communication numérique de l'entreprise et des retombées des actions mises en œuvre.

## Programme

## **Analyse du positionnement en ligne, des outils et canaux de communication.**

Les principes du marketing digital.

Le positionnement :

Objectifs

Audience

Problématique à résoudre

Les canaux de communication numérique :

- Fédérer sa communauté avec les RS
- Raconter une histoire ou démontrer son expertise avec le blog
- Convertir avec le site web
- Fidéliser avec les newsletters
- Identifier les spécificité et application pour les mobinautes
- L'impact du digital dans sa communication

## **Planification d'un projet de communication numérique.**

Définition des objectifs et priorisation des actions,

Formalisation de l'écosystème web pour faire apparaître les différents points de contact,

Planification des publications digitales

## **Identification des moyens humains et financiers.**

Elaboration d'un circuit éditorial adapté à ses moyens (Workflow Editorial)

identification des contraintes et des ressources mobilisables

définition des acteurs concernés et de leurs interactions

identification des ressources dans l'entreprise,

Identifier des prestataires externes

Estimer les couts

## **de la stratégie digitale à la formalisation : le cahier des charges**

Les objectifs poursuivis

Le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales

## **Elaboration des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique**

Insertion du contenu multimédia à travers les différents canaux :

La législation et les usages sur l'utilisation des images

Utilisation des images, des vidéos

Illustration et renforcement de son message grâce à des images  
Insertion d'une vidéo ou d'un fichier audio dans une logique de contenu

Structurer son discours et construire des contenus adaptés à chaque canal de communication :  
Comprendre l'outil « charte éditoriale »  
Appliquer la charte éditoriale à chaque canal de communication  
Comprendre l'outil « rédaction web »  
Appliquer les fondamentaux de la rédaction Web

## **Gestion de l'évolution et de la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise**

Les clés de l'opérationnalité :  
Adaptation de son arborescence pour réorganiser ses contenus  
Optimisation de l'ergonomie de son site pour augmenter la conversion de ses visiteurs en clients  
Utilisation des gabarits de contenu pour gagner en confort rédactionnel  
Gain en visibilité sur les moteurs de recherche : SEO et SEA

## **Pilotage des modalités d'animation de la relation clients/utilisateurs sur les supports de communication numérique.**

Les fondamentaux de l'identité numérique et de la e-réputation  
Surveiller ce qui se dit sur vous : est-ce possible ?  
Mise en place d'une veille active : analyser, engager la conversation.  
Réponse aux avis :  
récolter des avis  
savoir répondre aux avis positifs et négatifs  
prendre la main sur les sites d'avis pour pouvoir réagir aux commentaires négatifs

Préparation de sa stratégie de réponse aux avis  
Réagir face à un bad buzz  
Définir et mettre en place une organisation de crise  
Gérer l'après-crise et les bonnes pratiques à adopter

Les bonnes pratiques pour animer sa communauté : règles de conduite, convivialité, respect mutuel.

## **Construction des tableaux de bord et des indicateurs de suivi.**

-  Quels sont les KPI (indicateurs clés de performance) ?
-  Comment construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie ?
-  Mise en pratique : définir les indicateurs en fonction des facteurs clés de succès pour atteindre l'objectif.

### **Analyse de l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise.**

-  Analyse de la fréquentation, les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience.
-  Mesure du Retour sur investissement
-  Définition des jalons de la surveillance des indicateurs de suivi
-  Analyse des écarts entre les résultats attendus et les résultats mesurés

### **Définition des mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées.**

Identification des causes et origines des écarts.

???????Construction d'un plan d'action.

## Moyens et méthodes pédagogiques

-  Apports théoriques, cas pratiques
-  Démarches déductives et inductives
-  Individualisation de la formation

## Evaluation

-  Attestation de formation
-  [CCE Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise - code RS 5374 - Certificateur CCI France - Enregistrement au RS le 17/03/2021](#)