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'efficience 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 apparaitre 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