

Mettre en œuvre des actions de communication numérique dans l'entreprise CCE

OBJECTIFS

- Identifier et planifier un projet de communication digitale
- Produire et mettre en œuvre du contenu adapté à la communication digitale
- Mesurer les résultats et contribuer au développement de la communication digitale

PRE-REQUIS

Pas de pré-requis

DUREE

4 jours

Certification CCE : 3h à planifier

MODALITES INSCRIPTION

Date limite inscription : nous consulter

TARIF – FINANCEMENT

360 €/jour

Certification CCE : 500 € (obligatoire si financement CPF)

Possibilités de prise en charge : nous consulter

EVALUATION – CERTIFICATION – ATTESTATIONS

- Attestation de fin de formation
- Evaluation des acquis
- Certificat de compétences en entreprises (CCE)

CONTENU – PROGRAMME

Introduction aux fondamentaux du marketing et de la communication digitale (7h)

- Les grands principes du marketing digital, dans le respect du RGPD (1h)
- Tendances actuelles et évolutions (1h)
- L'inbound marketing (amont de la vente) (1h)
- Le phygital et le cross-canal (2h)
- UX et UI (Expérience ressentie par l'utilisateur à chaque point de contact et Interface utilisateur : expérience visuelle, graphique et fonctionnelle) (2h)

Stratégie de production et de diffusion de contenu en fonction de leurs typologies (10h30)

- Introduction : pourquoi rentrer dans l'ère du marketing de contenu ? (1h)

- Notions méthodologiques d'un plan marketing digital et sa gestion de projet, pourquoi et comment créer des personas permettant de déterminer des ensembles de besoins et d'usages auxquels répondront les contenus ? (1h)
- Les 3 grandes familles de marketing de contenu, les spécificités de chaque vecteur, gestion d'un calendrier, un budget et gestion des ressources internes/externes : (6h30)
- Paid média (la e-publicité, l'affiliation, le display, Real Time Bidding, publicité sur les réseaux sociaux)
- Owned média (Blog, e-mail marketing, site internet, page facebook, SEO et rédaction pour le web, SMO et fondamentaux du community management, etc....),
- Earned media : analyse et audit des influenceurs, approche méthodologique, marketing viral, relation presse digitale, le net-linking

Prévoir des créations de personas, mise en pratique (2h)

Analyse web et mesure des actions (10h30)

- Quels sont les KPI (indicateurs clés) ?
- Comment construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie ? Mise en pratique : construire un tableau en cohérence avec la mise en pratique des personas (1h30)
- Comment analyser l'audience, ainsi que les comportements des utilisateurs/clients ?
- Détecter les tendances et identifier des usages
- Les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience
- Mettre en place du test and learn (A/B testing), en fonction des indicateurs d'audience et de comportement
- Optimisation des supports : site e-commerce, fiche produit, article, contenu...

Prévoir une initiation aux outils d'analyse (2h)

METHODES MOBILISEES ET MODALITES D'EVALUATION

- Méthodes pédagogiques participatives et interactives (centrées sur l'apprenant)
- Apports théoriques, exposés de techniques, travaux de recherche en collectif avec restitution
- Partages d'expérience et ateliers de simulation
- Exercices (sur logiciel en fonction des formations), mise en situation, création de support, QCM, jeu de rôles,
- Support remis en fin de formation pour certaines formations (guide mémo technique, synthèse) ...
- Formation dispensée en présentiel et/ou en distanciel

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Locaux, formations, certifications, examens : 100% Handi Possible

Contact :

05 55 45 16 16

formationcontinue@limoges.cci.fr



Certificat de Compétences en Entreprise

