



Points forts : Formation **Community Manager Spécial PME** : Valorisez et certifiez vos compétences en communication numérique grâce au **Certificat de Compétences en Entreprise** de CCI France, éligible au CPF

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

Journée 1 (7 heures) : Introduction aux fondamentaux du marketing et de la communication digitale

► 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 spécificités et applications pour les mobinautes
- L'impact du digital dans sa communication
 - Les tendances du marketing digital et l'omnicanal
 - Le marketing de contenus et le ZMOT
 - Le POEM (Paid Owned Earned Media)

► 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

- Élaboration 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 coûts

► 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



Contact et Inscription

Laetitia LIENARD 02.35.59.44.13 - laetitia.lienard@ceppic.fr

Journée 2 (7 heures) : Stratégie de production et de diffusion de contenu

► Élaboration 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

Journée 3 (7 heures) : Marketing de contenu, suite et spécificités

► 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

Journée 4 (7 heures) : Analyse web et mesure des actions

► 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.



Contact et Inscription

Laetitia LIENARD 02.35.59.44.13 - laetitia.lienard@ceppic.fr

► **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

► **Préparation à l'étude de cas finale**

Atelier pour s'entraîner au format de l'épreuve

⇒ mise en situation en simulant une étude de cas avec la création de personas et de marketing de contenus et l'analyse d'indicateurs

Démarche pédagogique

En amont : entretien de positionnement pour vérifier l'adéquation de la formation avec le profil et les besoins.
Alternance d'explications, de démonstrations et de pratique.

Formateur : Formateur expérimenté, sélectionné par le CEPPIC pour ses compétences techniques et son expérience significative, tant sur le sujet traité qu'en matière de pédagogie. Il est expert des stratégies web et des outils numériques, capable de transmettre les clés d'une présence en ligne efficace, cohérente et adaptée aux objectifs de communication.

Public

Dirigeant d'entreprise, Commercial, Chargé de communication.

Prérequis

Le CCE est accessible à toute personne pouvant démontrer qu'elle exerce ou a exercé une mission effective au cours des 5 dernières années en lien avec le référentiel concerné.

Modalités d'évaluation

Evaluation des acquis tout au long de la formation avec des exercices pratiques et des quizz.

Chaque participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Passage de la certification « CCE Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise » [\(RS5374 – Certificateur : CCI France – Enregistré le 17/03/21\)](#)

Pour obtenir le CCE « Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise », le candidat doit avoir validé au moins 8 des 10 critères du référentiel.

La validité de la certification est à vie.

Pas de possibilité de certification partielle

Taux de réussite à la certification (2024) : 78 %

345 personnes formées en Informatique, Numérique en 2024

90 % Taux de satisfaction à chaud 2024

**Certificat de Compétences
en Entreprise**



Dates de session

Mises à jour le 04/09/2024

Nous consulter

Contact et Inscription

Laetitia LIENARD 02.35.59.44.13 - laetitia.lienard@ceppic.fr



Toutes nos formations sont réalisables sur mesure en intra-entreprise