



**Points forts : Formation - action** : Les participants créent ou redéfinissent leur stratégie de communication avec le formateur et élaborent des contenus prêts à l'emploi.

## Objectifs

- Définir des objectifs de développement stratégique.
- Intégrer une stratégie communautaire à sa stratégie de communication.
- Piloter les actions et en évaluer les résultats.

## Programme

### Journée 1 : COMPRENDRE LES INTERETS ET ENJEUX DE LA COMMUNICATION DIGITALE (7 heures)

#### ► Comprendre les enjeux de la communication digitale

- Mieux comprendre votre cible sous la forme d'un Persona Marketing
- Identifier les attentes de ses clients
- Définir le persona marketing de ses clients

⇒ *Bâtir sa stratégie en adéquation avec les attentes de ses clients*

⇒ *Identifier les différentes cibles du web pour repartir de leurs besoins*

#### ► Positionnement des réseaux sociaux à usage professionnel et tendances actuelles

- Panorama des réseaux sociaux Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Tiktok, etc..
- Identifier le réseau social le plus pertinent pour vos activités

⇒ *Identifier les leviers numériques les plus pertinents*

⇒ *Sélectionner les outils adaptés à l'objectif*

⇒ *Tendances actuelles et futures de la communication digitale*

#### ► Définir sa stratégie de communication digitale

- Identifier et Déterminer ses objectifs de communication, et les moyens à mettre en œuvre
- Réaliser un audit de sa présence digitale

⇒ *Définir ses objectifs de développement stratégique*

⇒ *Sélectionner et intégrer les leviers du web pertinents pour sa stratégie de communication*

⇒ *Trouver la juste place du web dans sa stratégie de communication : multicanale, cross médias*

#### ► Concevoir une ligne éditoriale


- Créer des contenus pertinents
- Inciter à agir, booster page et site web, critères d'audience et gestion de budget
- Utiliser la publicité...ou pas
- Comment se passer de la publicité et profiter du canal tout de même. Présence sélective et pertinente, modération et persévérance, deux qualités à déployer.

⇒ *Piloter sa stratégie de communication digitale*

⇒ *Augmenter l'audience pour quels objectifs*

⇒ *Maîtriser les leviers incontournables : référencement naturel, médias sociaux*

⇒ *Exploiter les synergies entre ces différents leviers*

 194, rue de la Ronce  
76230 ISNEAUVILLE

 [www.ceppic.fr](http://www.ceppic.fr)



Toutes nos formations  
sont réalisables  
sur mesure en  
intra-entreprise

## CONTACT

Laetitia LIENARD

02.35.59.44.13

[laetitia.lienard@ceppic.fr](mailto:laetitia.lienard@ceppic.fr)

## Journée 2 : PILOTER SES ACTIONS DE COMMUNICATION (7 heures)

- ▶ **Déterminer sa charte éditoriale**
  - Codifier sa communication en cohérence avec votre charte graphique
  - Couplage site web et réseaux
  
- ▶ **Établir un plan de communication éditorial**
  - Cadencer et Répartir la diffusion des informations sur une période déterminée
  - Planifier la diffusion de ses contenus
  - ⇒ *Élaborer un plan de communication digital*
  
- ▶ **Analyser ses performances sur les réseaux**
  - Analyse statistique, observations de l'effet des publications, décompte de portées, des engagements, analyse par période.
  - Export de données statistiques. Examen des résultats décomptés, recherche des indicateurs pertinents selon les activités.
  - ⇒ *Piloter ses actions de communication sur le web*
  
- ▶ **Être en veille et gérer son identité numérique**
  - Les fondamentaux de l'identité numérique et de la e-réputation
  - Mise en place d'une veille active
  - Gérer les avis clients
  - ⇒ *Analyser les meilleures pratiques de la communication digitale*

### Démarche pédagogique

**Formation - action** : chaque stagiaire **créé avec le formateur et repart avec sa stratégie et ses contenus construits et prêts à l'emploi**. Cette formation est organisée **sous forme d'ateliers avec une intersession** pour permettre aux participants de mettre en pratique entre les 2 journées de formation, et favorise ainsi une meilleure appropriation. Alternances d'apports théoriques et d'accompagnement sur le projet.

**Formateur** : Intervenant expert en web marketing et stratégie internet. Formateur expérimenté, sélectionné par le CEPPIC pour ses compétences techniques et son expérience significative, tant sur le sujet traité qu'en matière de pédagogie.

### Public

Toute personne en charge de la communication digitale.

### Prérequis

Avoir une pratique régulière du web. Connaître les fondamentaux de la communication.


### Évaluation/Validation

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.

**5 453** personnes formées en 2022

### Dates de session

Nous consulter

 194, rue de la Ronce  
76230 ISNEAUVILLE

 [www.ceppic.fr](http://www.ceppic.fr)



Toutes nos formations  
sont réalisables  
sur mesure en  
intra-entreprise

### CONTACT

**Laetitia LIENARD**

02.35.59.44.13

[laetitia.lienard@ceppic.fr](mailto:laetitia.lienard@ceppic.fr)