

## Communiquer en ligne avec une stratégie digitale adaptée

Accessible aux personnes en situation de handicap



### OBJECTIFS DE FORMATION ET PÉDAGOGIQUES

- ✓ Savoir choisir les médias sociaux adaptés à son activité
- ✓ Auditer sa présence sur le web
- ✓ Mettre en place un calendrier de publication (fréquence et contenu)
- ✓ Élaborer une ligne éditoriale
- ✓ Mettre en place des indicateurs de suivi de performance (KPI)



### DURÉE

14h : 2 journées x 7h de formation



### LIEU

Présentiel ou visio



### NOMBRE DE STAGIAIRES

Distanciel : 3 stagiaires minimum

Présentiel : 5 stagiaires minimum

Premium : individuel



### TARIF TTC GLOBAL

Distanciel : 980€ TTC/pers

Présentiel : 1290€ TTC/pers

Premium distanciel : 1900€ TTC/pers

Premium présentiel : 2200€ TTC/pers

### PUBLIC VISÉ

Porteurs de projet,  
créateurs d'entreprise,  
dirigeants d'entreprise

### DÉLAIS D'ACCÈS

Nos formations sont sur mesure  
et les dates et horaires adaptés  
aux besoins

### PRÉREQUIS NÉCESSAIRES POUR SUIVRE L'ACTION DE FORMATION

Avoir un projet réfléchi et mûri  
pour optimiser la formation

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT MIS EN ŒUVRE

Théorie et exercices pratiques  
de mise en place de stratégie  
digitale

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- ✓ Au démarrage :  
questionnaire d'évaluation,  
entretien
- ✓ En cours de formation :  
quizz, auto-évaluations,  
exercices pratique et correction  
groupée ou individuel
- ✓ Fin de formation : bilan,  
tour de table et attestation  
de fin de formation

## Communiquer en ligne avec une stratégie digitale adaptée

### CONTENU PÉDAGOGIQUE – PROGRAMME DE LA FORMATION COMPLET

#### MODULE 1 « ÉLABORER UNE STRATÉGIE DIGITALE ADAPTÉE »

- ✓ Définir les objectifs de la stratégie envisagée
- ✓ Zoom sur la cible et la communauté à créer
- ✓ Définir un ton et un style adapté à son produit, son service, son identité
- ✓ Déterminer les indicateurs de performance de la stratégie à naître
- ✓ Définir sa ligne éditoriale

#### MODULE 2 « METTRE EN PLACE LA STRATÉGIE DIGITALE »

- ✓ La e-réputation : comment l'évaluer ? La mesurer ?
  - ✓ Et nos concurrents. Quelle est leur communication digitale ?
  - ✓ Choisir les médias sociaux appropriés à son business : choix des personas
- Préparer son calendrier de contenu : fréquence et contenu
- Mettre en place ses objectifs et ses indicateurs de performance (KPI)

#### MODULE 3 « UNE STRATÉGIE DE CONTENU PERTINENTE »

- ✓ Déterminer les formats et médias pertinents (vidéos, live, photos, stories etc...)
- ✓ Raconter l'histoire de sa marque : marquer son expertise, ses valeurs, sa vision
- ✓ Contenus d'expertise : devenir l'expert de son secteur
- ✓ Contenus ludiques : le jeu, la viralité et l'interaction
- ✓ Newsletter : création, diffusion, analyse des retours

#### MODULE 3 « UNE STRATÉGIE DE CONTENU PERTINENTE »

- ✓ Déterminer les formats et médias pertinents (vidéos, live, photos, stories etc...)
- ✓ Raconter l'histoire de sa marque : marquer son expertise, ses valeurs, sa vision
- ✓ Contenus d'expertise : devenir l'expert de son secteur
- ✓ Contenus ludiques : le jeu, la viralité et l'interaction
- ✓ Newsletter : création, diffusion, analyse des retours

#### MODULE 4 « LANCEMENT CAMPAGNES DE PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX »

- ✓ Utiliser les outils de programmation
- ✓ Choisir son audience cible
- ✓ Définir son budget et sa durée de campagne
- ✓ Analyser les statistiques de retour de campagne
- ✓ Réajuster sa cible en fonction des résultats obtenus

