

Concevoir et Déployer une Stratégie de Communication Digitale

Cette formation certifiante a pour objectif de permettre aux apprenants de maîtriser les fondamentaux de la communication digitale, de concevoir et déployer une stratégie cohérente et efficace sur les différents canaux digitaux, et d'en mesurer les résultats.

Durée: 21 heures (3 jours).

Lieu : à distance, en visio.

Tarif : à partir de 1 690€ (exonérée de tva — art. 261.4.4 a du cgi), coût de certification inclus.

Profils des apprenants : Toute personne impliquée dans la promotion d'un produit ou service au sein d'une TPE/PME (dirigeants, responsables et chargés de communication, assistants de direction, collaborateurs polyvalents...).

Prérequis : Aucun niveau de connaissances préalable n'est requis.

Modalités d'évaluation : réalisation de cas pratiques à chaque module et passage obligatoire d'une soutenance orale devant un jury (certification n°RS6993).

Méthodes mobilisées : supports de formation, cas pratiques, pédagogie interactive.

Délai d'accès : 15 jours.

Accessibilité : voir le [paragraphe accessibilité](#) de notre site.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Analyser le marché et définir une cible pour une stratégie digitale,
- Élaborer une stratégie de communication digitale cohérente avec les objectifs de l'entreprise,
- Créer et gérer un planning de diffusion des contenus digitaux,
- Concevoir des contenus adaptés à chaque canal de communication,
- Mesurer l'impact des actions et proposer des axes d'amélioration,
- Gérer la réputation en ligne de l'entreprise.

Contenu de la formation

Module 1 : Positionnement de l'offre

- Présentation des fondamentaux de l'analyse de marché,
- Identification de la cible et création de personas,
- Analyse concurrentielle et élaboration d'une matrice SWOT.

Module 2 : Élaboration de la stratégie de communication digitale

- Définition des objectifs stratégiques de la communication,
- Découverte des différents leviers de communication digitale (site internet et SEO, réseaux sociaux, emailing, etc.) : audience, fonctionnalités, avantages...
- Choix d'un ou plusieurs canaux digitaux adaptés à l'entreprise et sa cible,
- Définition des messages clés, de la ligne éditoriale et du branding,

- Définition du budget, ressources, contraintes alloués à la stratégie,
- Étude de la réglementation en vigueur.

Module 3 : Création et gestion d'un planning de diffusion digitale

- Présentation des différents outils de planification,
- Définition de la fréquence de publication et des types de contenus (posts, vidéos, articles...),
- Élaboration d'un calendrier éditorial.

Module 4 : Création de contenus adaptés aux canaux digitaux

- Introduction aux différents outils de création (photo, vidéo, textuel),
- Recyclage de contenu en fonction des différentes plateformes,
- Bonnes pratiques en matière de copyright, d'accessibilité et de RGPD,
- Outil et bonnes pratiques de gestion et diffusion de contenu (batch content, etc.).

Module 5 : Analyse des résultats et gestion de la réputation en ligne

- Présentation des différents outils de mesure de performance (Google Analytics, outils de réseaux sociaux...),
- Définition des indicateurs clés de performance (KPIs),
- Analyse et optimisation de la stratégie dans le temps,
- Gestion de la réputation en ligne : réponses aux avis, gestion des crises.
- Mise en œuvre d'une veille pour suivre les tendances marketing, innovations technologiques et évolutions réglementaires.

Organisation de la formation**Equipe pédagogique**

Johanna Di Giorgio, experte en communication digitale avec plus de 10 ans d'expérience, ou tout autre formateur au profil similaire au sein de notre organisme de formation.

Moyens pédagogiques et techniques

Diffusion de supports de formation.

Exposés théoriques et étude de cas concrets.

Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

Feuilles de présence.

Mises en application et exercices d'évaluation tout au long de la formation.

Formulaires d'évaluation de la satisfaction de la formation.

Certificat de réalisation de l'action de formation.

Certification

Cette formation vous prépare au passage de la certification "Concevoir et Déployer une Stratégie de Communication Digitale" enregistrée au Répertoire Spécifique de France Compétences sous le [n°RS6993](#). Cet examen est inclus dans le tarif de formation et son passage est obligatoire.