



METTRE EN ŒUVRE ET PILOTER DES ACTIONS DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE DANS L'ENTREPRISE

A partir de 1560€ nets de taxes.

2060€ avec certification

100% présentiel

Public visé : Toute personne souhaitant monter en compétences sur la communication web, être capable de définir une stratégie digitale au service du développement de l'entreprise.

Prérequis : Sans niveau spécifique

Accessibilité aux personnes handicapées
Contactez-nous pour une étude de vos besoins.

Prochaines sessions

AULNOY-LEZ-VALENCIENNES

SESSION 1 : 22, 23 avril, 20 et 21 mai 2025
SESSION 2 : 6, 7, 25 et 26 novembre 2025

BEUVAIS

SESSION 1 : 24, 25 avril, 2 et 3 juin 2025
SESSION 2 : 1er, 2, 21 et 22 octobre 2025

DUNKERQUE

SESSION 1 : du 28/11/2024 au 13/12/2024
SESSION 2 : 12, 22 avril, 10 et 16 juin 2025
(liste non exhaustive)

LAON

SESSION 1 : 24, 25 avril, 2 et 3 juin 2025
SESSION 2 : 1er, 2, 21 et 22 octobre 2025

LENS

SESSION 1 : 5, 6, 23 et 24 juin 2025
SESSION 2 : 23, 24 octobre, 12 et 13 novembre 2025

ROUBAIX

SESSION 1 : 6, 7, 31 mars et 1er avril 2025
SESSION 2 : 11, 12, 29 et 30 septembre 2025

SAINT-OMER

SESSION 1 : 28, 29 novembre, 12 et 13 décembre 2024
SESSION 2 : 12, 22 avril, 10 et 16 juin 2025
(liste non exhaustive)

98%

DE TAUX DE
SATISFACTION

60

ANNÉES D'EXISTENCE
ET D'EXPÉRIENCE

450

FORMATIONS
DISPONIBLES

Objectifs

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

Les + de la formation

- Formation pratique pour créer et déployer son plan d'actions digital
- Formateur consultant web, expert en stratégie digitale
- Valorisez vos compétences avec la certification CCE





METTRE EN ŒUVRE ET PILOTER DES ACTIONS DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE DANS L'ENTREPRISE

Contenu de la formation

Découpage par demi-journée :

1. Analyser le positionnement en ligne, des outils et canaux de communication

- Les principes du marketing digital
- Le positionnement : objectifs, audience, problématique
- Les canaux de communication
- Fédérer sa communauté avec les RS : comment ?
- L'impact du digital dans sa communication : les tendances, ZMOT, POEM

2. Piloter un projet de communication numérique

Planifier

- Définition des objectifs et priorisation des actions
- Formalisation de l'écosystème web
- Planification des publications

Identifier les moyens humains et financiers

- Élaboration d'un circuit éditorial adapté à ses moyens (Workflow Editorial)
- Identification des contraintes et des ressources
- Définition des acteurs
- Identification des ressources dans l'entreprise
- Identifier des prestataires externes
- Estimer les coûts

3. De la stratégie digitale à la formalisation

Construire le cahier des charges

- Les objectifs poursuivis
- Le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales

La législation et les usages sur l'utilisation des images

4. Structurer son discours et construire des contenus adaptés à chaque canal

- Appliquer la charte éditoriale à chaque canal de communication
- Rédiger pour le Web
- Elaborer des contenus adaptés aux différents canaux
- Renforcer son message grâce à l'insertion d'images, vidéos, fichiers





METTRE EN ŒUVRE ET PILOTER DES ACTIONS DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE DANS L'ENTREPRISE

Contenu de la formation

5. Gérer l'évolution et la mise à jour régulière des supports de communication

- Adapter l'arborescence
- Optimiser l'ergonomie
- Utiliser des gabarits de contenus
- SEO et SEA

6. Piloter la relation clients/utilisateurs

- L'identité numérique et la e-réputation
- Surveiller ce qui se dit sur vous
- Préparer sa stratégie de réponse aux avis positifs ou négatifs (bad buzz, crise, et après-crise) : les bonnes pratiques

7. Construire des tableaux de bord

- Les KPI : Définir les indicateurs clés de performance
- Construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie

8. Analyser l'efficacité des outils et actions

- Analyser la fréquentation, les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience
- Définir des indicateurs de suivi
- Analyser les écarts et définir les mesures correctives
- Identification des causes et origines des écarts
- Construction d'un plan d'actions





METTRE EN ŒUVRE ET PILOTER DES ACTIONS DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE DANS L'ENTREPRISE

Modalités, méthodes et outils pédagogiques

Mise en situation Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

Résultats attendus

Chaque participant sera capable :

- De poser les bases de sa stratégie digitale et de son plan d'action
- De définir sa production web et la diffusion de son contenu
- D'optimiser son expérience client et augmenter son taux de transformation
- De mesurer ses résultats

Modalités d'évaluation

Remise d'une grille d'auto-évaluation des acquis, sur les compétences travaillées lors de la formation
Processus d'évaluation des acquis tout au long de la formation
Evaluation de fin de formation individuelle par le formateur

Modalités de financements

Cap Emploi, Compte Personnel de Formation (CPF),
Entreprise, Opérateurs de Compétences (OPCO),
Particulier, Pôle Emploi

Intervenants

- Une équipe de consultants formateurs experts dans le domaine

Certifications

Certificat de compétences en entreprise (CCE)
Mettre en œuvre des actions de communication numérique dans l'entreprise

