

Intitulé	DEVELOPPEMENT COMMERCIAL : APPRENDRE A CREER ET GERER UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LE WEB
Durée : (jours, heures) Horaires	4 JOURS, 28 HEURES Horaires : Demi-journée, contrôle par feuille d'émargement signée par demi-journées par stagiaire et formateur
Effectif concerné :	Gérants, chefs d'entreprise, conjoints collaborateurs et salariés souhaitant améliorer ses connaissances dans la création et gestion d'une stratégie de communication sur le web
Formateur & qualification	Heidi MONGES <ul style="list-style-type: none"> - Consultante/Formatrice en Marketing et communication numérique - Niveau Bac+4, International Hotel Management & Culinary Arts – Educational Institute of the American Hotel & Motel Association AHLEI (Orlando, Florida USA) – 1996 – 1999 - Niveau 1 Œnologie WSET
Prérequis	- Aucun
Objectifs pédagogiques	À l'issue de cette formation le stagiaire sera capable : <ul style="list-style-type: none"> - Créer, gérer et piloter une stratégie commerciale sur les réseaux sociaux - Augmenter la visibilité de sa marque, établissement ou produit - Gérer une communauté de fans (community management) - Convertir ses fans en clients - Augmenter le chiffre d'affaires de son entreprise grâce à la création de contenus digitaux
Contenu pédagogique	<p><u>JOUR 1 : 7 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 17 :00)</u></p> <p>Module 1 : Introduction à la communication et stratégie digitale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition et périmètre de la communication digitale - Déterminer les cibles - Découvrir les nouvelles tendances de « consommation digitale » <p>Module 2 : Créer sa stratégie de communication digitale partie 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Déterminer les objectifs stratégiques - Comprendre le concept d'e-réputation - Découverte de sa communauté web (cibles, e-persona) <p><u>JOUR 2 : 7 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 17 :00)</u></p> <p>Module 3 : Créer sa stratégie de communication digitale partie 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Choisir les indicateurs clés de performance (KPI) - Création du plan de communication digitale de l'entreprise - Création de la charte éditoriale - Analyse SWOT et SMART de l'entreprise - Brève histoire et analyse des réseaux sociaux principaux - Facebook Pro, Instagram Pro, Google My Business: lequel utiliser pour mon entreprise/commerce <p>Module 4 : Mise en œuvre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sélectionner les formats de communication digitaux - Clés pour développer la complémentarité on/off line (passerelle entre digital et point de vente physique) Study case + analyse de la concurrence à évaluer par le stagiaire) - Création de contenu selon besoins de l'entreprise <p><u>JOUR 3 : 7 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 17 :00)</u></p> <p>Module 5 : Piloter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le business model du web - Visibilité, Social Ads, CTA (appels à l'action) - Les métriques : portée, like, share, impression, rt - Le ROI et ROE <p>Module 6 : Optimiser</p> <ul style="list-style-type: none"> - Découverte des outils de community management - Établir un programme de communication influenceurs - Exercices d'utilisation des outils de community management et création de texte module pour utilisation dans la communication avec des influenceurs

EIRL Regis Monges - MONGES AGENCY

 Organisme de formation - Numéro de déclaration d'activité 93131683513 auprès du préfet de région PACA
 Certification Qualiopi pour les actions de formation 10392875 du 20/09/2021 Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'état
 - Siret 521 197 418 00028

Traverse du port Carro 13500 Martigues - Tél : +33 07 81 96 51 88 / +33 07 81 24 62 98

Intitulé	DEVELOPPEMENT COMMERCIAL : APPRENDRE A CREER ET GERER UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LE WEB
	<p>JOUR 4 : 7 h (09 :00 – 13 :00) et (14 :00 – 17 :00)</p> <p>Module 7 : Gestion de la communication de crise en ligne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestion de communication de crise en ligne - Les typologies de crise sur internet (fail, bad buzz, crise) - Les avis négatifs, do's & dont's - Communication de crise en temps de COVID-19 (study case selon le secteur d'activité) <p>Module 8 : La réglementation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obligations réglementaires liées à la communication sur le web en France et en Europe - Copyright - La réglementation sur l'usage des droits d'image sur le net - Le RGPD <p>Évaluation à la fin de chaque module (questionnaire)</p>
Démarches et méthodes pédagogiques	<p>Démarche active centrée sur l'apprenant qui « agit »</p> <p>Méthodes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participative, basée sur le questionnement des participants. - Active, fait appel à l'expérience, à la réflexion, à l'initiative et à la motivation des apprenants
Techniques et outils	<p>Alternance des techniques suivantes : brefs exposés, échanges, mise en application, réalisation des exercices de création de contenu numérique, création des supports de pilotage web.</p> <p>Supports pédagogiques : Tableau de suivi/ Livret de formation (papier ou pdf)/ Power point</p>
Nature des travaux demandés au stagiaire	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en pratique et réalisation de tous les exercices et « postage » de création numérique par les stagiaires avec le formateur - Présentation finale des profils pro choisis sur le web - Révision méthodique des réalisations guidées par la formatrice (checklist de réalisation)
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - En amont : évaluation du niveau des participants et recueil des attentes et besoins - Évaluation formative en cours de module : exercices, cas pratiques (study case) - Évaluation des acquis : réalisation des profils web par le stagiaire - Évaluation de la satisfaction : à chaud - Évaluation à froid : suivi et retour d'expérience sous 3 ou 4 mois