

Intitulé	<b>DEVELOPPEMENT COMMERCIAL : APPRENDRE A CREER ET GERER UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LE WEB</b>
Durée : (jours, heures) Horaires	<b>3 JOURS, 18 HEURES</b> 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"> <li>- Consultante/Formatrice en Marketing et communication numérique</li> <li>- Niveau Bac+4, International Hotel Management &amp; Culinary Arts – Educational Institute of the American Hotel &amp; Motel Association AHLEI (Orlando, Florida USA) – 1996 – 1999</li> <li>- Niveau 1 Œnologie WSET</li> </ul>
Prérequis	- Aucun
Objectifs pédagogiques	À l'issue de cette formation le stagiaire sera capable : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer, gérer et piloter une stratégie commerciale sur le web</li> <li>- Augmenter la visibilité de son agence, métier, marque, établissement ou produit</li> <li>- Gérer une communauté de fans (community management)</li> <li>- Convertir ses fans en clients</li> <li>- Augmenter les ventes et chiffre d'affaires de son entreprise grâce à la création de contenus digitaux</li> </ul>
Contenu pédagogique	<p><u>JOUR 1 : 6 h (09 :00 – 12 :00) et (14 :00 – 17 :00)</u></p> <p><b>Module1 : Introduction à la communication et stratégie digitale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition et périmètre de la communication digitale</li> <li>- Déterminer les cibles</li> <li>- Découvrir les nouvelles tendances de « consommation digitale »</li> </ul> <p><b>Module 2 : Créer sa stratégie de communication digitale partie 1</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déterminer les objectifs stratégiques</li> <li>- Comprendre le concept d'e-réputation</li> <li>- Découverte de sa communauté web (cibles, e-persona)</li> </ul> <p><u>JOUR 2 : 7 h (09 :00 – 12 :00) et (14 :00 – 17 :00)</u></p> <p><b>Module 3 : Créer sa stratégie de communication digitale partie 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Choisir les indicateurs clés de performance (KPI)</li> <li>- Création du plan de communication digitale de l'entreprise</li> <li>- Création de la charte éditoriale</li> <li>- Analyse SWOT et SMART de l'entreprise</li> <li>- Brève histoire et analyse des réseaux sociaux principaux</li> </ul> <p><b>Module 4 : Mise en œuvre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sélectionner les formats adéquats de communication digitaux pour mon agence, produit.</li> <li>- 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)</li> <li>- Création de modèles de contenu (par le stagiaire) selon besoins de l'entreprise</li> </ul> <p><b>Module 5 : Piloter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le business model du web</li> <li>- Visibilité, Social Ads, CTA (appels à l'action)</li> <li>- Les métriques : portée, like, share, impression, rt</li> <li>- Le ROI et ROE</li> </ul> <p><u>JOUR 3 : 7 h (09 :00 – 12 :00) et (14 :00 – 17 :00)</u></p> <p><b>Module 6 : Optimiser</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Découverte des outils de community management</li> <li>- Établir un programme de communication influenceurs, oui ou non ?</li> <li>- Exercices d'utilisation des outils de community management et création de texte module pour utilisation dans la communication avec des influenceurs</li> </ul>

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	<b>DEVELOPPEMENT COMMERCIAL : APPRENDRE A CREER ET GERER UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LE WEB</b>
	<p><b>Module 7 : Gestion de la communication de crise en ligne</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestion de communication de crise en ligne</li> <li>- Les typologies de crise sur internet (fail, bad buzz, crise)</li> <li>- Les avis négatifs, do's &amp; dont's</li> <li>- Communication de crise en temps compliqués : COVID-19, Ukraine, recession (study case selon le secteur d'activité)</li> </ul> <p><b>Module 8 : La réglementation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obligations réglementaires liées à la communication sur le web en France et en Europe</li> <li>- Copyright</li> <li>- La réglementation sur l'usage des droits d'image sur le net</li> <li>- Le RGPD</li> </ul> <p><b>Évaluation à la fin de chaque module (questionnaire)</b></p>
Démarches et méthodes pédagogiques	<p><b>Démarche active centrée sur l'apprenant qui « agit »</b></p> <p>Méthodes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participative, basée sur le questionnement des participants.</li> <li>- Active, fait appel à l'expérience, à la réflexion, à l'initiative et à la motivation des apprenants</li> </ul>
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"> <li>- Mise en pratique et réalisation de tous les exercices et « postage » de création numérique par les stagiaires avec le formateur</li> <li>- Présentation finale des profils pro choisis sur le web</li> <li>- Révision méthodique des réalisations guidées par la formatrice (checklist de réalisation)</li> </ul>
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En amont : évaluation du niveau des participants et recueil des attentes et besoins</li> <li>- Évaluation formative en cours de module : exercices, cas pratiques (study case)</li> <li>- Évaluation des acquis : réalisation des profils web par le stagiaire</li> <li>- Évaluation de la satisfaction : à chaud</li> <li>- Évaluation à froid : suivi et retour d'expérience sous 3 ou 4 mois</li> </ul>