

Fiche technique de formation

Réf : EGC-MK-02

Communication Digitale

La communication digitale désigne les nouvelles façons d'appréhender et de réaliser des actes de communication sous le prisme de la révolution numérique : c'est-à-dire, au moyen du web, des réseaux sociaux ou encore les terminaux mobiles. Dit autrement, la communication digitale revient à faire passer de l'information de façon dématérialisée et en répondant aux nouvelles exigences et enjeux induits par l'avènement d'internet et du web en général.

Objectif de la formation:

- Décliner son concept créatif sur les supports digitaux ;
- Intégrer les techniques du Marketing et de la communication online : e-pub, emailing, référencement, réseaux sociaux, mobile...
- Comprendre l'environnement et la création en digital.

Public Concerné :

- Responsable e-marketing et e-commerce ;
- Chef de projet, directeurs webmarketing ;
- Webdesigner, Digital planner.

Documentation

Support papier + CD seront remis, pendant et à la fin de la formation.

Sanction de la formation :

Une attestation de participation sera remise aux apprenants ayant suivi avec assiduité la formation.

Durée :

03 Jours

Contenu pédagogique :

- Panorama de l'environnement digital, ses opportunités et contraintes ;
- Création digitale & création offline : similitudes et spécificités ;
- Qu'est-ce que la création digitale en design et ergonomie ?
- Les plus-values du digital : interactivité avec la cible finale.

E-marketing : quels sont ses leviers de performance ?

- Stratégie et tactiques en Digital ;
- Référencement naturel /SEO ;
- Google Adwords et l'achat de mots clés (SEA) ;
- Concevoir un e-mail ou une newsletter efficace ;
- Les outils de promotion ;

Communication digitale : bâtir sa stratégie, lancer son plan d'action

- La matrice Branding Acquisition Rétention ;
- Bien choisir ses supports de communication online en fonction de ses objectifs ; Quelles synergies développer entre les actions on-line et offline ?
- Élaborer un planning précis de diffusion ;
- Répartir le budget entre les différents canaux et calculer le ROI de ses actions.

Mettre en place un processus créatif pour définir ses actions de communication digitale

- Quels interlocuteurs internes et externes impliqués dans le processus de réflexion ? Quelles sont les clés de succès d'une communication digitale ?

Communication, réseaux sociaux et marketing viral : booster son content marketing

- Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux ;
- Pratiques des marques en B to B et B to C ;
- Définir et appliquer la bonne tactique Médias, cibles, contenus ;
- Investir les plateformes communautaires ;
- Quels bons réflexes mobiliser pour réagir avec justesse et éviter une crise ?