

Maximisez la portée de votre communication digitale

*5 jours pour s'immerger dans la communication digitale :
comprendre ses publics, pratiquer les réseaux sociaux
et repérer les statistiques clés à suivre.*

OBJECTIFS

- Avoir les éléments opérationnels pour élaborer et suivre sa stratégie de communication, en particulier digitale
- Trouver des leviers d'optimisation du temps et des ressources
- Connaître ses publics, les usages et articuler ses actions pour mieux cibler et donc favoriser l'interaction
- Expérimenter les mécaniques des réseaux sociaux les plus populaires que sont Facebook et Instagram
- Comprendre les attentes de ses publics grâce à ses statistiques
- Elaborer des tableaux de bords pour suivre ses actions et corriger d'éventuelles impasses sur son site Internet

PUBLIC

Toute personne ayant à intervenir sur la stratégie et/ou la mise en œuvre de la communication Web : directeur ou responsable de service, chargé de communication, de marketing, de produit, de relation client, webmaster, programmateur d'événement touristique, sportif, culturel...

PRÉ-REQUIS

Avoir un site internet avec Google Analytics installé et son accès.
Avoir un compte Instagram et un profil Facebook serait un plus.

EFFECTIF, DURÉE ET COÛT PÉDAGOGIQUE

Effectif limité à **10 personnes** maximum sur chaque modules - 5 jours (35 heures) - **1650 euros nets de taxes**
Prise en charge possible par les différents fonds d'assurance formation.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Apports méthodologiques par étude des données techniques et transposition pour des non-techniciens d'une part et par analyse didactique des statistiques d'usage, de comportement et de fréquentation d'autre part. Pédagogie active pour adopter les bonnes pratiques adaptées aux situations individuelles des participants.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

Une évaluation de la formation est réalisée auprès des participants à l'issue de la dernière journée. Une seconde évaluation est réalisée auprès du participant, et le cas échéant de son employeur, dans un délai de 3 à 6 mois pour évaluer l'acquisition et le transfert des apprentissages.

MOYENS TECHNIQUES

Salle de formation standard équipée. Les participants se muniront d'un ordinateur portable pouvant se connecter en wifi, équipé et paramétré pour se connecter à l'administration de leur site et réseaux sociaux.

Maximisez la portée de votre communication digitale (suite)

CONTENU

- **Partie 1 : Élaborer sa stratégie de communication dans un monde digital** - jours 1 & 2
 - Actualiser ses connaissances : nouveaux comportements, nouvelles segmentations, nouveaux usages ; opportunités et limites des supports de communication d'aujourd'hui
 - S'affranchir des aprioris et des certitudes ; prendre en compte les évolutions des usages (mobilité, multi écrans, multi réseaux...)
 - Définir une stratégie et les tactiques adaptées à sa situation
 - Articuler site Web, réseaux sociaux, outils de partage (Scoop-it...) ou autres médias de manière cohérente
 - Adopter, comme les sociologues, les nouvelles segmentations et grilles de lecture pertinentes
- **Partie 2 : Les clés de Facebook et Instagram** - jour 3 & 4
 - Avoir un tour d'horizon des réseaux sociaux les plus intéressants
 - Comprendre les ressorts de Facebook et Instagram
 - Voir quelques fonctionnalités qui ont le vent en poupe
 - Un outil simple pour rationaliser ses posts
 - Mesurer et comprendre l'impact de ses campagnes avec les statistiques
- **Partie 3 : Suivre sa stratégie grâce à Google Analytics** - jour 5
 - Avantages et limites de la solution Google Analytics, et son fonctionnement
 - Comprendre l'articulation de l'outil pour en sortir ses points clés
 - Aller plus loin dans l'interprétation des chiffres remontés
 - Se créer un tableau de bord personnalisé

INTERVENANTS

Gilles Janin, analyste du comportement digital, coach en organisation des fonctions supports. Chargé d'enseignement à l'Université de Nantes de 2005 à 2009. Formateur ARTES depuis 2008.

Shamy Ravidjee, formateur et consultant en stratégie de communication digitale, référencement et réseaux sociaux auprès d'indépendants, de PME locales ou de grandes marques, spécialiste de l'étude des comportements et de l'interaction homme-machine.

FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

En parallèle :

Mettre en oeuvre une démarche CRM

Semaine de formation thématique : « Concevoir et rédiger ses supports de communication »

Réaliser son site web avec Wordpress

Pour toute information complémentaire : 02 40 20 35 35 ou www.artes-formations.fr