

Mettre en place une communication efficace

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

NEURO ACTIVE
Jean-françois CADU
05.49.76.79.18
jf.cadu@neuroactive.net

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(vé) non salarié(e)

Sélection :

Dossier
Entretien

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

Non renseigné

Prérequis pédagogiques :

Aucun

Contrat de
professionnalisation
possible ?

Non

Objectif de la formation

- Evaluer l'impact du digital dans sa stratégie de communication - Définir une stratégie de communication adaptée à vos valeurs, positionnement et objectifs - Optimiser son contenu web - Connaître et comprendre les différents réseaux sociaux - Construire votre plan de communication - Savoir évaluer les résultats

Contenu et modalités d'organisation

Le diagnostic - Définir vos problématiques - Quelles sont vos valeurs ? vos réels besoins ? - Déterminer vos temps forts, les cibles - Identifier les outils de communication actuels - Définir votre SWOT La stratégie de communication - Apprendre à construire une stratégie de communication adaptée à vos besoins et à votre budget - Déterminer les cibles, construire un message - Les outils de communication - Aller à l'essentiel dans vos choix, construire votre plan d'actions Mix-communication - Concevoir son mix-communication - Planifier les actions de communication - Etablir un budget Les réseaux sociaux et le social marketing, comment les exploiter - Comprendre les réseaux sociaux, comment fonctionnent-ils, sur quoi reposent-ils ? - Tour d'horizon des supports : Facebook, Twitter, Viadeo, autres réseaux, blogs, forums,... - Pour quelle utilisation professionnelle ? Pertinence et rentabilité L'e-réputation et la veille, les atouts dont vous devez devenir maître - Blogs, forums et réseaux sociaux, comment en tirer directement profit ? - Veiller oui, mais veiller aussi sur votre e-réputation - Prévenir, agir et réagir. Comment être vraiment proactif sur les réseaux sociaux ? Stratégies, moyens et objectifs pour pratiquer pleinement et sans risque le Social Marketing - Définir les objectifs, moyens et campagnes et les structurer - Organiser exhaustivement l'utilisation des médias sociaux et la planifier - Réussir sa campagne de Social Marketing et définir les moyens nécessaires Exploiter Facebook pour un usage professionnel et marketing Exploiter Twitter pour un usage professionnel et marketing Exploiter LinkedIn et consorts pour un usage professionnel et marketing Les enjeux de l'éditorial web - Les leviers de l'e-communication : fonctionnement, enjeux, applications - Connaître les usages des internautes et les implications pour les marques et/ou entreprises - Différencier les leviers e-marketing : SEO, réseaux sociaux, emails, publicités, site internet, newsletter... - Optimiser son site web pour le positionner comme un outil webmarketing efficace - Définir les grandes typologies de plateformes du web participatif et leurs fonctionnalités pour choisir la ou les mieux adaptées à vos besoins - Comprendre la

...
Parcours de formation personnalisable ?

Oui

Type de parcours

Mixte

Validation(s) Visée(s)

> Attestation de fin de formation

Et après ?

Suite de parcours

Non renseigné

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00201186	du 23/07/2020 au 31/12/2023	Niort (79)	NEURO ACTIVE		Non éligible	
00553318	du 01/01/2025 au 31/12/2025	Niort (79)	NEURO ACTIVE		Non éligible	