Ref. formation 202502297442

Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

CCI 17
Isabelle DRAPRON
05.46.00.53.85
i.drapron@charente-maritime.cci.fr

Accès à la formation

Publics visés :

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

Sélection :

Entretien

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

Prérequis Le certificat de compétences en entreprise est accessible à toute personne pouvant démontrer qu'elle exerce ou a exercé au moins une fois une mission effective liée au CCE concerné en milieu professionnel et/ou extraprofessionnel Public concerné Chef d'entreprise, chargé de marketing ou communication, commercial, chargé de relation client, toute personne intervenant sur la communication digitale de l'entreprise

Prérequis pédagogiques :

Prérequis Le certificat de compétences en entreprise est accessible à toute personne pouvant démontrer qu'elle exerce ou a exercé au moins une fois une mission effective liée au CCE concerné en milieu professionnel et/ou extraprofessionnel Public concerné Chef d'entreprise, chargé de marketing ou communication, commercial, chargé de relation client, toute personne intervenant sur la communication digitale de l'entreprise

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

A l'issue de la formation, le bénéficiaire sera capable de piloter les actions de communication numérique de l'entreprise A l'issue des épreuves de certification (cf. modalités d'évaluation), le bénéficiaire sera amené à valider les compétences suivantes - Concevoir des actions de communication numérique de l'entreprise à mettre en œuvre - Créer et gérer des contenus et supports de communication numérique de l'entreprise - Evaluer l'efficience de la communication numérique de l'entreprise des retombées des actions mises en œuvre

Contenu et modalités d'organisation

1.Analyse du positionnement en ligne, des outils et canaux de communication • Les principes du marketing digital • Le positionnement • Les canaux de communication numérique • L'impact du digital dans sa communication 2. Planification d'un projet de communication numérique • Définition des objectifs et priorisation des actions • Formalisation de l'écosystème web pour faire apparaitre les différents points de contact • Planification des publications digitales 3. Identification des moyens humains et financiers • Élaboration d'un circuit éditorial adapté à ses moyens (Workflow Editorial) • Identifier des prestataires externes • Estimer les coûts 4. De la stratégie digitale à la formalisation : le cahier des charges • Les objectifs poursuivis • Le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales 5. Elaboration des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique • Insertion du contenu multimédia à travers les différents canaux • Structurer son discours et construire des contenus adaptés à chaque canal de communication 6. Gestion de l'évolution et de la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise • Les clés de l'opérationnalité • Les fondamentaux de l'identité numérique et de la e-réputation • Surveiller ce qui se dit sur vous : est-ce possible ? • Mise en place d'une veille active : analyser, engager la conversation. • Réponse aux avis • Préparation de sa stratégie de réponse aux avis • Les bonnes pratiques pour animer sa communauté : règles de conduite, convivialité, respect mutuel 8. Construction des tableaux de bord et des indicateurs de suivi, 9. Analyse de l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise, • Analyse de la fréquentation, les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience. • Mesure du Retour sur investissement • Définition des jalons de la surveillance des indicateurs de suivi • Analyse des écarts entre les résultats attendus et les résultats mesurés 10.Définition des mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées, • Identification des causes et origines des écarts • Construction d'un plan d'action

…

Parcours de formation personnalisable ? **Oui** **Type de parcours** ***Non renseigné***

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
00570381	du 01/01/2025 au 31/12/2025	Saintes (17)	CCI 17		Non éligible	FPC
00570380	du 01/01/2025 au 31/12/2025	Rochefort (17)	CCI 17		Non éligible	FPC