

# Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise – CCE

## OBJECTIFS

- Concevoir les actions de communication numérique de l'entreprise à mettre en œuvre
- Créer et gérer les contenus et supports de communication numérique de l'entreprise
- Evaluer l'efficacité de la communication numérique de l'entreprise et des retombées des actions mises en œuvre

## PROGRAMME

### **Analyse du positionnement en ligne, des outils et canaux de communication**

- Les principes du marketing digital
- Le positionnement
  - Objectifs
  - Audience
  - Problématique à résoudre
- Les canaux de communication numérique
  - Fédérer sa communauté avec les RS
  - Raconter une histoire ou démontrer son expertise avec le blog
  - Convertir avec le site web
  - Fidéliser avec les newsletters
  - Identifier les spécificité et application pour les mobinautes
- L'impact du digital dans sa communication
  - Les tendances du marketing digital et l'omnicanal
  - Le marketing de contenus et le ZMOT
  - Le POEM (Paid Owned Earned Media)

### **Planification d'un projet de communication numérique**

- Définition des objectifs et priorisation des actions
- Formalisation de l'écosystème web pour faire apparaître les différents points de contact
- Planification des publications digitales

### **Identification des moyens humains et financiers**

- Élaboration d'un circuit éditorial adapté à ses moyens (Workflow Editorial)
  - Identification des contraintes et des ressources mobilisables
  - Définition des acteurs concernés et de leurs interactions
  - Identification des ressources dans l'entreprise
- Identifier des prestataires externes
- Estimer les coûts

### **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

### **Elaboration des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique**

- Insertion du contenu multimédia à travers les différents canaux
- La législation et les usages sur l'utilisation des images

## PUBLIC - PREREQUIS

Toute personne chargée de gérer le profil numérique de l'entreprise

## PEDAGOGIE

Apport théorique  
Mise en pratique

## MOYENS ET OUTILS

Cas pratiques  
Support de cours  
1 personne par ordinateur

## INTERVENANT

Spécialisé en communication Web

## MODALITES D'EVALUATION

Positionnement pré et post formation par le formateur  
Bilan oral de fin de formation  
Appréciation des acquis sur l'attestation de formation  
Grille d'évaluation individuelle de fin de formation  
CCE – Certificat de Compétences en Entreprise

## DUREE

4 jours soit 28 heures  
+ 2 heures examen CCE

## DATES

10-11-12-13 juin 2024

## PRIX

1560 € par stagiaire

## CONTACT

Nathalie PRIN : 02 54 53 52 02  
CCI CAMPUS CENTRE  
16, place Saint Cyran  
36000 CHATEAUROUX  
02 54 53 52 00  
www.campus-centre.fr  
fpc@indre.cci.fr  
Siret : 183 600 014 000 17  
N° d'activité formation : 2436P000136

# Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise – CCE

Utilisation des images, des vidéos

Illustration et renforcement de son message grâce à des images

Insertion d'une vidéo ou d'un fichier audio dans une logique de contenu

Structurer son discours et construire des contenus adaptés à chaque canal de communication

Comprendre l'outil « charte éditoriale »

Appliquer la charte éditoriale à chaque canal de communication

Comprendre l'outil « rédaction web »

Appliquer les fondamentaux de la rédaction Web

## ***Gestion de l'évolution et de la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise***

Les clés de l'opérationnalité

Adaptation de son arborescence pour réorganiser ses contenus

Optimisation de l'ergonomie de son site pour augmenter la conversion de ses visiteurs en clients

Utilisation des gabarits de contenu pour gagner en confort rédactionnel

Gain en visibilité sur les moteurs de recherche : SEO et SEA

## ***Pilotage des modalités d'animation de la relation clients/utilisateurs sur les supports de communication numérique***

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

Récolter des avis

Savoir répondre aux avis positifs et négatifs

Prendre la main sur les sites d'avis pour pouvoir réagir aux commentaires négatifs

Préparation de sa stratégie de réponse aux avis

Réagir face à un bad buzz

Définir et mettre en place une organisation de crise

Gérer l'après-crise et les bonnes pratiques à adopter

Les bonnes pratiques pour animer sa communauté : règles de conduite, convivialité, respect mutuel

## ***Construction des tableaux de bord et des indicateurs de suivi***

Quels sont les KPI (indicateurs clés de performance) ?

Comment construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie ?

Mise en pratique : définir les indicateurs en fonction des facteurs clés de succès pour atteindre l'objectif.

## ***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

## ***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