

# Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise

## CERTIFICAT DE COMPETENCES EN ENTREPRISE



### 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'efficience 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

Les canaux de communication numérique

- Fédérer sa communauté avec les RS
- Raconter une histoire ou démontrer son expertise avec le blog
- 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)

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
- 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.

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



Accessible aux personnes en situation de handicap  
Référent handicap : 02 54 53 52 05

### PUBLIC – PREREQUIS

Le certificat de compétence en entreprise est accessible à toute personne pouvant démontrer qu'elle exerce ou a exercé une mission effective liée au CCE concerné en milieu professionnel ou extraprofessionnel (ayant suivi ou non une formation préalable sur cette thématique). 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

### 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

Code RNCP : RS5374 – Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise

(Certificat de Compétences en Entreprise- CCE)

Certificateur : CCI France – enregistré le 17 mars 2021

### Certificat de Compétences en Entreprise



### DUREE

4 jours soit 28 heures + 2 h passage du CCE

### DATE

2-3-9-10 novembre 2026

### PRIX

1 590 €+ 500 € par stagiaire

## CONTACT

### NATHALIE PRIN

16 Place Saint Cyran  
36 000 Châteauroux  
02 54 53 52 02 – 02 54 53 52 00  
fpc@indre.cci.fr  
[www.campus-centre.fr](http://www.campus-centre.fr)

Siret : 183 600 014 000 17  
N° d'activité formation : 2436P000136

