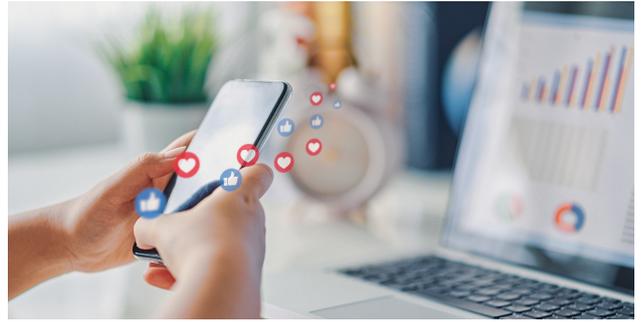


# Stratégie de développement digital



Date de dernière mise à jour 09 mai 2022

## Durée et organisation

Durée 2 jours

### Lieu | Date

Au moins une session de formation est proposée chaque année, sur au moins l'un de nos sites en Bretagne : Brest, Bruz/Rennes, Lorient, Plérin/Saint-Brieuc, Quimper, Redon, Vitré.

## Objectif de la formation

À l'issue de la formation, les stagiaires devront être capables de :

- ▶ Savoir élaborer une stratégie de communication digitale
- ▶ Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication
- ▶ Acquérir les leviers pour réussir : événements, publicités, liens avec blogs et communication de crise sur les médias sociaux

## Programme

### 1 - Élaborer sa stratégie de communication digitale

- ▶ Évaluer la e-réputation de l'entreprise et écouter les communautés
- ▶ Bâtir un plan de communication : quels médias et réseaux sociaux ? Pour quels objectifs ?
- ▶ Choisir le ton de sa communication

### Admission

#### Public

▶ Tous publics : salariés, demandeurs d'emploi,

...

#### Modalités et délais d'accès

##### Modalités

Inscription et signature de la convention de formation

##### Délais d'accès

Formation proposée pour minimum 1 session par an. Les inscriptions sont acceptées jusqu'à la semaine précédant le démarrage de la formation.

##### Parcours adaptés

Adaptation possible du parcours selon profil du stagiaire

##### Handicap

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap (moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre). En savoir +, contacter notre référent handicap : **ICI**

### Coût

660 € HT

### Modalités et moyens pédagogiques

#### Méthodes pédagogiques

Formation en présentiel avec alternance d'apports théoriques et de mises en situations pratiques pour ancrer les apprentissages et/ou en distanciel pour

- ▶ Comprendre les différents usages des médias sociaux (matrice POEM)
- ▶ Constituer l'équipe : les nouveaux métiers

## 2 - Panorama des réseaux et médias sociaux

- ▶ Point sur l'évolution des différents médias sociaux : Facebook ; Twitter ; LinkedIn ; Instagram ; Snapchat ; YouTube...

## 3 - Établir un dispositif sur les médias sociaux pour un événement

- ▶ Augmenter la visibilité de votre événement grâce aux médias sociaux
- ▶ Créer un dispositif omnicanal pour valoriser un événement
- ▶ Utiliser les événements pour produire du contenu

## 4 - Identifier les opportunités publicitaires

- ▶ Business models des réseaux et médias sociaux
- ▶ Quels objectifs pour les Social Ads ?
- ▶ Tour d'horizon des solutions publicitaires proposées par Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat

## 5 - Mesurer les actions de communication digitale

- ▶ Connaître les différentes métriques : like, share, portée, impressions, RT, followers...
- ▶ La mesure de l'engagement, notion de ROE et ROI
- ▶ Les outils de management des communautés - Social Media Management Systems (SMMS)

## 6 - Repérer et communiquer avec les blogueurs influents

- ▶ Comprendre l'économie des blogs et des influenceurs sur les médias sociaux
- ▶ Établir un programme influenceurs en 4 étapes
- ▶ Comprendre l'importance des micro-influenceurs

## 7 - Gérer la communication de crise en ligne

- ▶ Évaluer les crises : appréhender les typologies de crise sur Internet (fail, bad buzz, crise...)
- ▶ Comprendre l'importance de la gestion des avis clients négatifs sur Internet

## Indicateurs de performance

- ▶ **Satisfaction stagiaire :**



**98 %**

- ▶ Nombre d'apprenants formés : 562 salariés formés en Management en 2021 (17011 heures de formation)

Pour obtenir des données précises, merci de contacter notre service **Qualité**.

certaines modules.

### Moyens pédagogiques

Salles de formation équipées et plateaux techniques adaptés et aménagés d'équipements spécifiques.

### Équipe pédagogique

Formateurs experts titulaires au minimum d'un BAC+2/+4 et/ou d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans le domaine, professionnels du métier, responsable de formation, direction de centre, conseillers formations, référent handicap, équipe administrative

### Modalités d'évaluation et d'examen

#### Démarche pédagogique

Le formateur réalise les apports et propose aux stagiaires des exercices d'application. Apports méthodologiques et opérationnels. Pédagogie axée sur des cas pratiques : mises en situation afin d'expérimenter les outils proposés et partage d'expérience.

Remise d'un support pédagogique

#### Modalités d'évaluation

Utilisation d'une grille de compétences lors des mises en situation collectives et individuelles.

### Validation

Remise d'une attestation de compétences

### Contacts

Contactez votre conseiller·ère inter :

- ▶ DPT 22-29 | **Nadia LE CHANU** | 02 96 58 69 86
- ▶ DPT 35-56 | **Corinne PRIGENT** | 02 96 58 07 27
- ▶ Vitré | **Katia CANTIN** | 02 99 74 11 89

