

06

DÉFINIR SA STRATÉGIE DIGITALE

L'objectif de cette formation est de sensibiliser les PME/TPE et artisans à l'utilisation quasi incontournable des médias sociaux dans une stratégie de communication. Cette formation est aussi destinée à un public étudiant les bases du marketing digital à travers l'utilisation des médias sociaux.

1. Public visé :

Toute personne ayant un rôle dans la communication d'une entreprise (responsable de communication, chargé de communication...) mais aussi aux chefs de petites entreprises (artisans, professions libérales) ainsi qu'aux étudiants en marketing ou ayant des modules de marketing dans leur programme de formation.

2. Objectifs pédagogiques :

Les objectifs pour les participants sont dans la 1ère partie

- L'acquisition de la méthode SWAP,
- L'acquisition de la notion du "Zero Moment of Truth",
- L'acquisition de l'histoire d'internet et des médias sociaux,
- L'optimisation de l'utilisation des médias sociaux : quel média pour quel métier ?
- La création du planning événementiel.

La compréhension de la 1ère partie va permettre de réaliser des stratégies digitales autour de cas concrets et ainsi de mesurer pour le stagiaire son niveau de connaissances.

À l'issue de la formation le participant saura créer sa stratégie digitale autour d'un planning adapté à son activité.

3. Durée de la formation :

La formation s'effectue sur une durée de 8 heures en 2 sessions de 4 heures chacune. En fonction du nombre de stagiaires, des équipes de 3 à 4 stagiaires sont constituées avec un nom et un chef d'équipe.

06

DÉFINIR SA STRATÉGIE DIGITALE

4. Déroulé de la formation :

Cette journée est scindée en 2 parties :

- Théorie : Présentations des outils marketing
Durée : 4h
- Cas pratiques : Créer des stratégies digitales
Durée : 4 h

5. Pré-requis

Une bonne connaissance des outils bureautique ainsi que des différents médias sociaux et de leur possibilités est nécessaire. L'acquisition des connaissances issue des modules 1, 2, 3 et 4 est recommandée.

6. Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement :

Chaque stagiaire reçoit la présentation sous forme d'un fichier PDF via e-mail.

Chaque stagiaire doit être en possession d'un smartphone ayant accès à internet.

La formation est assurée par Mr Pavle Orlovic, Président et fondateur de la société de conseils en médias sociaux « I am digital ». Fort d'une expérience de 3 ans dans les métiers de la communication digitale, Mr Orlovic a complété sa formation par un Certificat de Community Manager, délivré par la Cegos en décembre 2016.

7. Suivi et évaluation :

Si la population des stagiaires est constituée d'étudiants et que cette formation s'inscrit dans un module d'enseignement, une note est attribuée à la fin de la 2ème partie à travers la mise en avant de la stratégie digitale.

Dans le cas de stagiaires d'entreprises, les évaluations sont internes à celles-ci.