

Formation Communication digitale : expertise

■ Durée :	3 jours (21 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	2 175,00 € HT (standard) 1 740,00 € HT (remisé)
■ Public :	Responsables et chargés de communication, chefs de projet web, attachés de presse, responsables marketing, community managers
■ Pré-requis :	Connaissance du web et de son fonctionnement - Utilisation des principaux réseaux sociaux
■ Objectifs :	Maîtriser les techniques avancées de communication digitale
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR101945-F
■ Note de satisfaction des participants:	5,00 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

■ **Modalités d'accès :**

Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.

■ **Délais d'accès :**

Variable selon le type de financement.

■ **Accessibilité :**

Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Comprendre les pratiques

Pratiques actuelles du web et impacts sur la visibilité

Impact des réseaux sociaux

Mettre en place une stratégie de communication digitale

Définition de la stratégie de communication digital à partir des objectifs de communication d'entreprise

Promotion de contenus sur différents canaux : web, mobile, vidéo, réseaux sociaux

Leviers du e-marketing

Pilotage d'une campagne digitale : KPI et tableaux de bord

Gestion des investissements

Intégrer les réseaux sociaux dans le plan d'action

Définition d'une stratégie sociale

Gestion de la communication sur les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn) :

- Animer une page ou un fil d'actualité

- Booster une communication

- Business Managers disponibles

E-réputation et enjeux

Communication digitale de crise

Optimiser le contenu de son site web

Charte éditoriale

Référencement naturel

Rédaction et mise en forme de contenu

Analyse de contenu

Intégration de meta datas