



Utiliser la communication digitale au service de son entreprise

Programme de formation

Avant Propos

AKYOS COMMUNICATION

5 rue de Mayence 21000 Dijon

Référence : D2.8-02 Programme utilisation de la communication digitale pour son entreprise

Me contacter : 03 80 10 23 57 – secretariat@akynos.com

Services pratiques : Accès handicapé, Arrêt de bus L3 ou F40 "Mayence", des lieux de restaurations pour le déjeuner sont situés autour de l'organisme de formation.

Objectifs

Tout le monde parle de digitaliser son entreprise, comment faire concrètement ? Quels sont les outils que l'on peut mettre au service de son entreprise pour communiquer sur le digital ? Quelles sont les étapes clés à mettre en place ? Découvrez dans cette formation l'ensemble des outils vous permettant de digitaliser votre entreprise.

- Comment digitaliser son entreprise ?
- Quels sont les outils que vous pouvez utiliser pour mettre en place le processus de digitalisation de votre entreprise ?

Personne concernées

- Formateur : **Pôle marketing**
- Stagiaire :

Pré-Requis

Admission sans disposition particulière

Utilisation régulière d'un ordinateur, clavier et souris

Savoir utiliser les principales fonctions de Windows (copier/coller, ranger des fichiers, lancer une application)

Être connecté à Internet

Matériels

Prévoir pour chaque stagiaire un ordinateur portable si vous en avez un, également cahiers et stylos.

Programme : 14 heures

La ligne éditoriale et stratégie de communication digitale (2h)

Créer une ligne éditoriale avant d'entamer toute action de communication.

La majorité des actions de communication sur les réseaux sociaux sont faites dans l'immédiateté d'un événement. Hors, une action de communication doit être réfléchie autour d'un objectif précis.

A savoir :

- Quels sont les objectifs à atteindre ?
- Quelles cibles (jeunes, famille) ? Il peut y avoir plusieurs cibles en fonction des produits.
- Quand, comment, et où communiquer ? Quels réseaux sociaux choisir ?
- Quels types de parution ?

- Quelle fréquence de parution ?
- Mise en œuvre d'une stratégie d'e-réputation
- Comment contrôler son e-réputation ?
- Comment agir en cas d'avis négatif ?
- Comment se prémunir et mettre en place un contrôle en amont via l'ensemble des réseaux sociaux

Comprendre les enjeux des réseaux sociaux et leur place dans notre société (5h)

Les réseaux sociaux

- Particularité des réseaux sociaux: communauté et viralité
- Les différents réseaux sociaux et leur utilisation : facebook twitter, Instagram, Pinterest, Linkdin, Snapchat, Tik Tok - leurs particularités et leurs utilisateurs.

Les enjeux

- Histoire, nombre d'utilisateurs, fréquence d'utilisation, les différents usages
- Utilisation professionnelle, pourquoi utiliser les réseaux sociaux dans une démarche commerciale, les avantages et les inconvénients (coût, ciblage, fidélisation...)

Se lancer sur Facebook

Créer d'une page professionnelle

- Paramétrage de base : compte d'utilisation (administrateur, éditeur, analyste)
- Création d'accueil visuel adapté aux mobiles et ordinateurs.

Créer un contenu de qualité

- Les différents formats de parutions : texte, image, vidéo, carrousel, questionnaire, jeux concours. Comment les utiliser et comment les sélectionner en fonction du message à délivrer.
- KPI quels indicateurs suivre afin de savoir si une parution est efficace: vu, partage, commentaire, clic sur un bouton, ventes.
- Se fixer des objectifs réalistes et pertinents par rapport à son activité

Se lancer sur Instagram

Transformer son compte en compte professionnel

- Paramétrage de base: compte d'utilisation (administrateur, éditeur, analyste)
- Compléter son flux Instagram.

Créer un mur de qualité

- Gérer ses parutions et ses légendes
- Qui suivre ? Qui taguer sur Instagram ?
- KPI, quels indicateurs suivre afin de savoir si une parution est efficace ?
- Vue, partage, commentaire, clic sur un bouton, ventes.
- Se fixer des objectifs réalistes et pertinents par rapport à son activité
- Les outils et applications pour performer sur Instagram

La publicité sur Facebook & Instagram

Ciblage

- Les différents ciblage de l'audience: démographique, géographique, par affinité. La création d'audience personnalisée spécifique depuis une liste d'email, depuis en utilisant le remarketing (pixel facebook).
- Créer des segments d'audience adaptés en fonction de vos besoins

Mise en place des publicités - Comment générer du business depuis Facebook et Instagram

- Utilisation de Facebook Business Manager (création, partage du compte, formats spécifiques)
- Paramétrer différentes publicités en fonction de vos objectifs publicitaires
- Mesurer l'efficacité de ses parutions payantes (statistiques Facebook & Instagram) puis réajuster son audience

Se lancer sur LinkedIn

Optimiser son profil personnel

- Comprendre les enjeux du profil personnel et ses fonctionnalités

Créer une page professionnelle

- Paramétrage de base: compte d'utilisation
- Création d'accueil visuel adapté aux mobiles et ordinateurs.

Formation au référencement naturel et payant (7h)

Comprendre les enjeux d'une feuille Google My Business

- Présentation de Google My Business
- Comment créer sa page et l'alimenter régulièrement au travers des posts
- Gérer son e-réputation au travers de la modération des avis

Comprendre la logique de Google

- Présentation de Google
- Le référencement naturel, à quoi ça sert ?
- Comprendre et analyser les algorithmes. Suivre ses mises à jours régulières

Créer un contenu de qualité

- La gestion de la sémantique
- L'utilisation du champ lexical de l'expression clés
- Les richs médias pour un contenu plus clair
- Eviter le duplicate content à tout prix

Comprendre les enjeux de Google Ads

- Comprendre les enjeux du référencement payant au travers de la régie publicitaire Google Ads
- Connaître les différents types de publicités proposées par l'outil Google Ads et ses modes de fonctionnement

Ouverture sur Google Analytics

- Ouverture sur Google Analytics pour analyser sa stratégie web.

Évaluations

Dispositif de suivi de l'action

L'action de formation est sanctionnée par une feuille de présence signée par ½ journée et une attestation si besoin sera délivrée pour tous les participants (adressé à l'entreprise en fin de stage).

Dispositif d'évaluation des résultats

Évaluation des connaissances en fin de formation au travers de QCM et questions diverses.

Quatre formulaires d'évaluation de la formation

Avant la formation (positionnement), à la fin de la formation à chaud et un mois après à froid. Au courant de l'année un dernier vous sera envoyé pour évaluer votre satisfaction pour la/les formation(s) effectuée(s) au sein de notre organisme.

Évaluation : QCM en fin de formation.

Prix : 1120 € HT / personne

CONCLUSION et QUESTIONS OUVERTE