



## Public

Personne qui souhaite obtenir les bases de la communication digitale

## Pré-requis

Aucun

## Durée

2 jours soit 14 heures

## Coût

Nous contacter



**Nature de la sanction :** Attestation de fin de formation

**Certification visée :** TOSA DigComp

**TOSA**  
by ISCOGRAD

**Lien vers MonCompteFormation :** <https://www.moncompteformation.gouv.fr/>



## Calendrier



## Pédagogie

### ► Résultats attendus

1<sup>ère</sup> journée : mieux naviguer dans le monde digital

2<sup>ème</sup> journée : perfectionnement en vue du lancement d'une activité

### ► Objectifs pédagogiques

Appréhender et découvrir le monde du digital et certains outils.

### ► Méthodes pédagogiques

Le point de vue d'une personne qui souhaiterait lancer une nouvelle activité sera utilisé comme fil conducteur.

Alternance de travail individuel, accompagnement du formateur et des échanges en groupe (restitution collective des plans d'action).

*Cette formation peut être organisée, sur demande, en inter-entreprises. Nous consulter pour avoir un devis et pour connaître les modalités et délais de mise en œuvre.*

### ► Intervenant

- Vincent PEREIRA

*Lieux aménagés et modalités adaptées pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes en situation de handicap.*

# PROGRAMME

Site web : outil indispensable ou dépassé ?

Les médias sociaux

Newsletter & emailing

- Les questions clés à se poser (cahier des charges)
- Les bases du référencement naturel
- Plateforme ou prestataire : avantages et inconvénients des deux approches
- Panorama des réseaux sociaux, plateformes et messageries : identification de la sociologie de chaque outil (tranche d'âges, type d'utilisation...)
- Le fonctionnement des algorithmes et leurs impacts sur la visibilité des publications
- Publications organiques et publications sponsorisées
- Le pouvoir de l'image : stories, vidéo, live...
- Bonnes pratiques et erreurs courantes
- Différences d'approches
- Les plateformes dédiées
- Bonnes pratiques pour récupérer les adresses mails et le consentement des prospects et clients
- Les occasions de communication par mail

Tout au long de cette journée, les stagiaires découvriront des outils qu'ils pourront ensuite prendre en main (CANVA, Freepik, Unsplash, Fotor, Google Trends, Wix...). Ils quitteront cette journée avec la consigne **de travailler sur la première version d'un plan d'action** qui tiendra compte des apprentissages de la journée (travail préparatoire pour la J2).

Référencement local

Formalisation de la stratégie éditoriale

Finalisation du cahier des charges web

Préparation des premiers contenus

Ouverture d'un compte sur un réseau social

Validation d'un plan d'action sur 6 mois

- Google my business
- Les plateformes d'avis
- Profilage et ciblage
- Validation de la ligne éditoriale à déployer (les sujets, la tonalité, l'angle...)
- Lecture et debriefing du cahier des charges
- Modifications et précisions
- Rédaction du pitch de présentation
- Rédaction des premières publications
- Rédaction du mail de lancement
- Choix du réseau le plus adapté à la stratégie
- Paramétrage
- Prise en main
- Planification
- Lancement multi-canal
- Indicateurs de suivi