



PROGRAMME DE FORMATION

[Construire une Stratégie Digitale sur les réseaux sociaux]

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Acquérir une compréhension approfondie des principes fondamentaux de la communication.
- Apprendre à définir des objectifs de communication clairs et adaptés aux besoins de l'entreprise ou de l'individu.
- Maîtriser les techniques de rédaction persuasive et de création de contenu captivant.
- Comprendre les principes du design graphique pour créer des visuels impactants.
- Apprendre à cibler et à engager efficacement son public cible.
- Découvrir les outils et plateformes de communication les plus efficaces pour atteindre ses objectifs.
- Savoir évaluer et mesurer les performances de ses stratégies de communication pour les optimiser en continu.

Ces compétences peuvent être évaluées par des exercices pratiques, des études de cas, des tests ou des simulations de situation.

PUBLIC CONCERNÉ

- Cette formation s'adresse principalement aux chargés de communication, community managers, web designer, commerciaux, ingénieurs commerciaux, managers commerciaux, demandeurs d'emploi, cadres, ainsi qu'à toute personne souhaitant développer une stratégie de communication efficace. Que vous soyez un professionnel cherchant à améliorer la communication de votre entreprise, une marque, ou un individu désireux d'optimiser votre image personnelle et de mieux communiquer avec votre audience, cette formation vous apportera les compétences nécessaires pour élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication réussie.

PRÉ-REQUIS

Avoir suivi une formation en communication niveau débutant.

Disposer d'un ordinateur ou d'un téléphone portable (smartphone) lors des sessions de formation.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

24 heures - 3 journées (sessions de 8 heures)

- *En présentiel : 10 stagiaires maximum*
- *Sur site : sur-mesure, nous contacter*
- *En distanciel : 4 stagiaires maximum*



LIEU DE LA FORMATION

- En présentiel : 62 RUE JEAN CHAPTAL 30340 MEJANNES-LES-ALES
- Possibilité de formation sur site.
- En distanciel : via Google Meets

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 - Introduction à la communication stratégique (4 heures)

- Théorie (1h30) : Étendre les fondamentaux de la communication en incluant des exemples historiques et actuels d'efficacité stratégique.
- Atelier (1h) : Analyse de cas réels et mise en pratique de la définition d'une stratégie de communication.
- Discussion de groupe (1h30) : Partage et critique des stratégies de communication des participants basées sur les objectifs et les cibles.

Module 2 - Définir des objectifs de communication clairs et pertinents (4 heures)

- Théorie approfondie (1h30) : Exploration détaillée de la méthode SMART avec des exemples variés.
- Workshop (1h30) : Ateliers pratiques pour définir des objectifs SMART pour des projets fictifs ou réels.
- Analyse de cas (1h) : Étude de cas d'échecs et de succès de la communication liés à la définition d'objectifs.

Module 3 - Techniques de rédaction persuasive et de création de contenu captivant (3 heures)

- Cours interactif (1h30) : Techniques avancées de rédaction et d'engagement du public.
- Atelier de rédaction (45 min) : Création de différents types de contenu en petits groupes.
- Critique et amélioration (45 min) : Échange de contenus entre participants pour feedback et révision.

Module 4 - Principes du design graphique pour créer des visuels impactants (3 heures)

- Formation théorique (1h30) : Approfondissement des principes de design avec des études de cas.
- Atelier pratique (45 min) : Utilisation de logiciels de design pour créer des visuels basés sur des briefs spécifiques.
- Session de critique (45 min) : Présentation des travaux et réception de feedback constructif.

Module 5 - Cibler et engager son public cible (3 heures)





- Séminaire (1h30) : Techniques avancées pour l'analyse et le ciblage d'audience.
- Atelier d'engagement (45 min) : Stratégies pratiques pour l'engagement sur différents canaux.
- Discussion de cas (45 min) : Réflexion sur des campagnes réussies et échouées d'engagement de l'audience.

Module 6 - Les outils et plateformes de communication les plus efficaces (4 heures)

- Présentation interactive (1h30) : Exploration détaillée des canaux de communication modernes.
- Atelier de plateformes (1h30) : Mise en main des outils et simulation de campagnes.
- Groupe de discussion (1h) : Échanges sur l'utilisation efficace des plateformes en fonction de différents objectifs.

Module 7 - Évaluation et mesure des performances de la stratégie de communication (3 heures)

- Cours magistral (1h30) : Approfondissement sur l'importance et les méthodes de mesure de la performance.
- Atelier d'analyse (45 min) : Travaux pratiques sur l'interprétation des données et KPIs.
- Révision stratégique (45 min) : Utilisation de feedback réel pour ajuster et améliorer les stratégies de communication.

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents, supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets
- Quizz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation via dossier drive partagé en amont par mail.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

QCM en amont pour définir le niveau de connaissance

Formation : suivi des différents modules

QCM final pour valider les compétences acquises

PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Voir la convention.



MOYENS TECHNIQUES

Mise à disposition de salles équipées de rétroprojecteurs.

TARIF

Nous contacter pour un devis.

DÉLAI D'ACCÈS

Pour une formation en présentiel, les inscriptions doivent être réalisées 2 semaines avant le début de la formation.

Pour une formation sur site, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation en fonction des disponibilités des 2 parties.

Pour une formation en distanciel, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation.

CONTACT

Gaune Solenn

Référente pédagogique et formatrice

formation@apostrophe-consulting.fr

0762736089