



PROGRAMME MARKETING DIGITAL

Durée totale de la formation :

6, 8, 10 heures... *durée modulable selon les besoins.*

Méthode pédagogique :

La formation s'effectue par visioconférence (éventuellement par téléphone)

Objectifs de la formation :

- Savoir élaborer une stratégie de communication digitale.
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication.
- Acquérir les leviers pour réussir : événements, publicités, liens avec blogs et communication de crise sur les médias sociaux.

Prérequis :

Avoir un compte sur un réseau social au moins (Facebook, Twitter, LinkedIn...) et l'utiliser régulièrement.

Chaque apprenant est évalué en début de formation pour définir :

- les objectifs de la formation : acquérir et consolider de nouvelles compétences
- le programme de la formation
- le rythme de la formation
- les besoins liés à son niveau et ses besoins opérationnels liés à son poste de travail.

Une évaluation initiale est formalisée par un document en début de formation par le formateur. Ce document est communiqué au stagiaire et au responsable formation de l'entreprise.

Le formateur s'adapte au besoin et au niveau de l'apprenant grâce à l'évaluation initiale et à la progression de l'apprenant.

Public :

Pour tous types de personnes.

C'est une solution simple et pédagogiquement optimum pour des populations dispersées, mobiles ou en recherche de réponses spécifiques.

Les modalités de suivi et d'évaluation :

- Tout au long de sa formation, l'apprenant est suivi au travers d'échange de mails, d'envois d'exercices et de corrections.
- De plus l'apprenant est suivi par une évaluation initiale au démarrage de la formation, un rapport de

KAL FORMATION, 18 rue Meslay, 75003, Paris

Siret : 89396120100017 - APE 8299Z

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro : 11 75 6219 275 auprès de la Dreets IDF

Mail : contact@kalformations.com



progression toutes les 10 heures et une évaluation de fin.

- L'apprenant est aussi suivi par l'équipe pédagogique qui permet au stagiaire d'adapter sa formation si nécessaire.
- Une cellule de hotline intervient en cas de besoin technique

Les moyens d'organisation, d'accompagnement ou d'assistance, pédagogique et technique, mis à disposition du stagiaire :

Le stagiaire s'engage à suivre la durée totale de sa formation entre les dates prévues sur la convention.

Les formateurs kalformation :

sont recrutés pour leurs compétences et leur savoir-faire :

- Diplômés
- Expérimentés
- Double expérience de l'entreprise et de la formation
- Suivi et accompagnement interne par notre responsable pédagogique

Inscriptions :

Entrées et sorties permanentes, sur demande.

Lieu de formation :

A distance

Délai de réponse pédagogique :

Les formations sont mises en place dans un délai de 48 heures.

Lors de questions, recommandations les apprenants peuvent formuler leurs demandes par mail : contact@kalformations.com

Les demandes d'assistance pédagogiques ou techniques sont traitées dans un délai de 24 à 48 heures.

Nature des travaux et temps estimé pour les réalisés :

Travail sur documents professionnels, exercices, études de cas, le temps estimé pour réaliser ces travaux est de 30 min max en inter session.

Justificatifs permettant d'attester de la réalisation des travaux exigés :

La réalisation de l'action de formation est encadrée par une attestation de présence signée du formateur et du stagiaire apprenant, et le cas échéant un certificat de réalisation et/ou le passage d'une certification



Programme MARKETING DIGITALE

Le programme présenté est général suivant les thèmes abordés. Notre offre de formation pourra être personnalisée en fonction des besoins et du niveau de l'apprenant appréciés lors du test de positionnement et/ou du premier entretien effectué par le formateur.

Module 1 : Élaborer sa stratégie de marketing digitale

- Évaluer la e-réputation de l'entreprise et écouter les communautés.
- Bâtir un plan de communication : quels médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
- Choisir le ton de sa communication.
- Comprendre les différents usages des médias sociaux (matrice POEM).
- Constituer l'équipe : les nouveaux métiers.

Module 2 : Panorama des réseaux et médias sociaux

- Point sur l'évolution des différents médias sociaux : Facebook ; Twitter ; LinkedIn ; Instagram ; Snapchat ; YouTube...

Module 3 : Établir un dispositif sur les médias sociaux pour un événement

- Augmenter la visibilité de votre événement grâce aux médias sociaux.
- Créer un dispositif omnicanal pour valoriser un événement.
- Utiliser les événements pour produire du contenu

Module 4 : Identifier les opportunités publicitaires

- Business models des réseaux et médias sociaux.
- Quels objectifs pour les Social Ads ?
- Tour d'horizon des solutions publicitaires proposées par Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat.

Module 5 : Mesurer les actions de communication digitale

- Connaître les différentes métriques : like, share, portée, impressions, RT, followers...
- La mesure de l'engagement, notion de ROE et ROI.
- Les outils de management des communautés - Social Media Management Systems (SMMS).

Module 6 : Repérer et communiquer avec les blogueurs influents

- Comprendre l'économie des blogs et des influenceurs sur les médias sociaux.
- Établir un programme influenceurs en 4 étapes.
- Comprendre l'importance des micro-influenceurs.

Module 7 : Gérer la communication de crise en ligne

- Évaluer les crises : appréhender les typologies de crise sur Internet (fail, bad buzz, crise...).
- Comprendre l'importance de la gestion des avis clients négatifs sur Internet.

Travaux pratiques & Contrôle des acquis