

Le Chargé de communication digitale

-Référence: **COM-30**

-Durée: **8 Jours (56 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Identifier les enjeux opérationnels de la communication d'entreprise et de la communication digitale
-
- Contribuer à la définition d'une stratégie de communication digitale
-
- Acquérir la méthodologie pour concevoir, piloter et évaluer les actions de communication
-
- Travailler avec efficacité avec des agences de communication et des free-lance
-

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Chargé de communication nouveau dans la fonction. Chargé de communication digitale.

PRÉREQUIS :

- Aucun.

Programme

- **Développer une vision claire des enjeux opérationnels de la communication**
 - Enjeux, territoires de la communication d'entreprise.
 - Caractéristiques de la communication digitale.
 - Missions, profils et compétences du chargé de communication.
- **Contribuer à la définition d'une stratégie de communication**
 - Méthodes de recueil d'informations auprès de différents publics : on line et off line ; enquêtes qualitatives, questionnaires ; méthodes projectives...
 - Les clés d'un audit réussi.
 - Les choix des outils pertinents pour cerner les besoins de communication : de l'entreprise ; de ses différents publics.
- **Collaborer à la rédaction d'un plan de communication et à la définition d'une stratégie de communication digitale**

- Les leviers d'action du chargé de communication pour : Être force de proposition dans l'élaboration du plan de communication.
- Acquérir la méthodologie pour concevoir et piloter des projets de communication.
- Identifier les principaux outils on et off line.
- Évaluer les atouts, les limites et la complémentarité des outils (print, web, texte, image...).
- **Activités à distance**
 - Pour s'approprier les apports d'un expert sur un point théorique ou pratique : un expert '
 - Les 3 outils clés du Responsable communication'
- **Concevoir et piloter des projets éditoriaux**
 - Print et Web Le cadrage et la ligne éditoriale : objectifs, ton, cibles, messages clés, rubriquage, rythme...
 - Le choix des supports : texte, image, audio, video...
 - Les règles d'or pour accrocher le public : l'écriture journalistique et la pyramide inversée ; les règles d'or de l'écriture on line ; les 3 étapes clés d'une bonne histoire ; le storytelling.
 - Constituer et animer un comité éditorial : la composition du comité ; les clés pour faire vivre le projet dans le temps ; la charte éditoriale.
- **Travailler avec des agences de communication et des free-lance**
 - Les clés pour rédiger un brief.
 - Les critères de choix des agences et des prestataires.
 - Les incontournables pour travailler au quotidien avec une agence ou un free-lance.
- **Développer les relations publiques**
 - Règles et usages des relations avec les médias classiques.
 - Les outils des relations presse : fichier, communiqué, dossier de presse ; revue de presse, conférence de presse...
 - Le cas du communiqué de presse : le rédiger ; à qui l'adresser ; quel retour en attendre.
 - Les R.P. : de nouvelles cibles et de nouveaux usages : relations avec les influenceurs ; communiqué de presse interactif ; usage de Twitter.
 - Communiquer en temps de crise : les règles d'or pour gérer le 'bad buzz' ; la coordination entre les porte-parole classiques et les community manager.
- **Dynamiser la communication en s'appuyant sur les réseaux et les communautés**
 - Évaluer les atouts, les limites et la complémentarité des outils (print, web, texte, image...).
 - Accroître la visibilité sur le Web en s'appuyant sur les outils digitaux (Facebook, LinkedIn, Twitter,

forums, blogs).

- Les outils du community manager.
 - Les bons usages d'un intranet collaboratif/ réseau social d'entreprise.
 - La création et l'animation d'un réseau de correspondants.
- **Contrôler et évaluer les actions de communication**
 - Choisir les critères d'évaluation cohérents avec le projet mis en œuvre.
 - Méthodes et démarches pour construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions.
 - Les outils et les méthodes pour contrôler son 'e-reputation'.
 - Évaluation des acquis



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc