



PROGRAMME DE FORMATION

Développer son activité grâce aux outils digitaux

Type de compétence : transverse

Action de formation

Catégorie : Marketing

Sous-Catégorie : Marketing digital

Code de formation : 34554

*Document remis au stagiaire avant son inscription
(Article L 6353-8 du Code du Travail)*

Objectifs de la formation

A l'issue de la formation le bénéficiaire sera capable de

- ✓ Elaborer une stratégie digitale en fonction de ses objectifs
- ✓ Bâtir, au travers du site web, un socle de communication pertinent
- ✓ Utiliser les outils nécessaires pour développer son activité digitale, notamment sur les réseaux sociaux.

Durée : 3 jours (21 heures)

Horaires : 9h00 - 12h00 & 13h00 - 17h00

Prérequis :

Comprendre et parler le français. Faire partie du public visé. Le bénéficiaire doit disposer d'un ordinateur connecté à internet et/ou d'un smartphone.

Niveau de maîtrise des réseaux sociaux : déjà utilisateur à titre personnel des plateformes LinkedIn et Instagram.

Validation des prérequis :

Les prérequis sont validés par un questionnaire préalable à la formation entre le bénéficiaire et le formateur.

Publics visés

Responsables commerciaux / Assistants de direction ou commerciaux / Dirigeants de TPE - PME - ETI

Modalité de formation

Présentiel.

L'inscription est réputée acquise lorsque la convention est signée et l'acompte versé.

Les délais d'accès à l'action sont : entre 8 et 15 jours ouvrés

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Nous contacter, nous étudions au cas par cas les compensations nécessaires.

Tarif

Cette formation est dispensée pour un coût de 2370 euros HT (+frais pédagogiques : 240€ HT) soit 2 610 € HT soit 3 132 € TTC (taux de tva 20%) (+ frais de déplacements éventuels)

Méthodes pédagogiques

Affirmative, active et expositive.

Moyens pédagogiques

Exposé / Cas pratiques

Ressources pédagogiques

Support de cours et Programme de formation

Moyens techniques

Ordinateurs, outils de visioconférence, bureau ou salle de réunion, vidéoprojecteur, paperboard.

Modalités d'évaluation de la satisfaction

Questionnaire de satisfaction à chaud

Modalités d'évaluation des acquis

QCM / Quiz + Exercices d'application

Sanction de la formation :

Attestation de formation

Justificatifs de réalisation et d'assiduité

Signature d'une feuille d'émargement par le formateur et le bénéficiaire par demi-journée et/ou par séquence de formation, Production des exercices réalisés avec corrections du formateur.

CONTENU DE LA FORMATION

1. Introduction à la stratégie marketing et à la communication digitale (7h – 3 séquences)

Objectif du module : A l'issue du module, le stagiaire sera capable d'élaborer une stratégie marketing pertinente et de bâtir un socle de communication adapté à celle-ci.

- Appréhender l'identité et la stratégie marketing
- Bâtir un socle de communication digitale

0. De l'élaboration d'une stratégie digitale à la création de contenu (7h – 2 séquences)

Objectif du module : A l'issue du module, le stagiaire sera capable de définir sa stratégie de présence digitale et de rédiger des contenus adaptés à celle-ci.

- Concevoir une stratégie digitale en fonction de ses objectifs
- Rédiger et concevoir des contenus adaptés aux différents supports

0. Publicité sur les réseaux sociaux, e-mailings ou newsletters, les outils pour faire de la prospection commerciale - (7h - 2 séquences)

Objectif du module : A l'issue du module, le stagiaire sera capable de comprendre le fonctionnement de la publicité sur les réseaux sociaux et d'utiliser les outils de prospection commerciale.

- L'enjeu de la publicité sur les réseaux sociaux
- Faire de la prospection commerciale : sponsorship et autres outils

PRESENTATION DE LA FORMATRICE

La formation sera assurée par Cécile Hennequin-Pavageau.



« Formée à Sciences Po Bordeaux et dotée d'une curiosité naturelle sans limite, j'ai toujours eu un goût prononcé pour les objets atypiques et polymorphes qui ne se définissent pas dans le marbre une bonne fois pour toutes. A mon sens, il est beaucoup plus amusant de les inventer, de les adapter sans cesse, de les voir grandir et s'émanciper.

Tantôt couteau suisse, tantôt machine de précision, j'ai occupé des postes stratégiques de chef de projet en communication globale et stratégie d'entreprise, animation de réseaux et de communautés, gestion de projets transverses, management des hommes.

Véritable développeuse dans l'âme, j'aime booster et structurer des projets. »

Contact administratif Elisabeth ALABRE - 06 49 51 12 69
formation@stratecomm.fr

Contact pédagogique : Cécile Pavageau - 06 44 11 35 07
c.hennequin-pavageau@stratecomm.fr