

Parcours certifiant "Élaborer et évaluer la stratégie marketing digital"

Bloc de compétences du titre RNCP 36467 "Community manager"

Titre RNCP de 12 jours - 84h
Réf : ZUC - Prix 2024 : 6 240€ HT

Ce parcours de formation représente le premier bloc de compétences constituant le titre certifié 36467 de niveau 6 (bac +3) "Community manager" reconnu par l'État. L'ensemble de ces formations vous apporte toutes les connaissances nécessaires à la mise en œuvre d'une stratégie de communication et marketing digital pour votre entreprise.

Ce cycle est composé de :

- Mettre en œuvre une veille concurrentielle efficace (Réf. VCU, 2 jours)
- Élaborer et suivre son plan communication (Réf. ESC, 2 jours)
- Concevoir et piloter son plan marketing digital (Réf. PMD, 2 jours)
- Communication digitale : élaborer et piloter sa stratégie (Réf. CDT, 2 jours)
- Excel, reporting et tableaux de bord (Réf. ERR, 3 jours)
- Certification "Elaborer et évaluer la stratégie marketing digital" (Réf. ZVC, 1 jour)

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Identifier les différents types de veilles et concevoir un plan de recherche efficace

Cerner les enjeux de la communication et identifier les différents types de plans

Maîtriser les étapes successives de la construction d'un plan de communication

Bâtir et optimiser son plan marketing digital.

Élaborer une stratégie de communication digitale et la décliner en plan opérationnel

Créer un reporting appuyé sur des tableaux croisés dynamiques et des segments

Utiliser des représentations graphiques percutantes

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 02/2023

1) Établir un plan de recherche

- Thèmes de veille : tarifs, catalogues, implantations...
- Acteurs à surveiller : analyse des cinq forces de Porter.
- Définition des besoins en informations.
- Sources à activer : internes/externes.
- Acteurs et outils de la collecte.
- Types de traitement des informations.

PARTICIPANTS

Chargé ou responsable de communication, marketing, relations publiques, web...

PRÉREQUIS

Être titulaire d'un diplôme de niveau 5 (bac +2). Si ce n'est pas le cas, être titulaire d'un niveau 5 (bac) et 3 ans d'expérience, sous réserve de la validation du dossier VAP par le certificateur.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Formats de restitution et mode de transmission.

Exercice : Conception d'un plan de recherche à partir de l'étude d'un cas.

2) Présenter le plan de communication

- Définir le déroulement opérationnel.
- Présenter le plan de communication.
- Négocier le budget de communication.

Exercice : Arbitrer entre les outils de communication et identifier les arguments clés pour négocier le budget.

3) Bâter une stratégie digitale gagnante et efficace

- Positionnement de l'entreprise : SWOT, PESTEL...
- Benchmark, comment le réaliser ?
- Définition d'objectifs SMART.
- Les techniques de référencement, clés de la visibilité digitale de l'entreprise.
- Paid, Owned and Earn Media (POEM), les principes d'acquisition.
- Les leviers : branding, performance.

Jeu de rôle : À partir d'un cas réel choisi, les stagiaires définissent la stratégie marketing digital mettant en œuvre les méthodologies et connaissances acquises lors de cette première journée.

4) Communication digitale : élaborer et piloter sa stratégie

- Identifier ses différents publics, leurs usages et besoins.
- Définir ses objectifs d'audience précis et réalisables.
- Identifier les leviers numériques les plus pertinents pour ses publics.
- Exploiter les synergies entre ces différents leviers.
- Allouer les budgets financiers, humains et organisationnels.

Travaux pratiques : Établir un persona et définir un média planning web.

5) Représenter graphiquement des données

- Choisir le graphique approprié.
- Comprendre les avantages et inconvénients des graphiques croisés dynamiques.
- S'initier aux graphiques spécifiques des tableaux de bord : tachymètre, thermomètre, radar...
- Créer des graphiques à deux axes, des courbes de tendance, des graphes en cascade...

Travaux pratiques : Créer un graphique interactif appuyé sur une liste déroulante ou un segment.

LES DATES

Ce parcours est composé d'un ensemble de modules. Les dates indiquées ci-dessous correspondent aux premières sessions possibles du parcours.

CLASSE À DISTANCE

2024 : 03 juin, 12 sept., 14 nov.

PARIS

2024 : 27 mai, 05 sept., 07 nov.