

A top-down view of a person's hands typing on a silver laptop keyboard. The person is wearing a silver watch on their left wrist. A large, vibrant green graphic element, resembling a stylized letter 'S' or a thick brushstroke, curves across the right side of the image, partially overlapping the laptop and the text.

Académie Pro Formation

**Développer une stratégie de
communication digitale
performante et orientée croissance**

06 79 24 73 77
academieproformation499@gmail.com

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, ou par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel en région parisienne

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : +33 6 79 24 73 77 /academieproformation499@gmail.com

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.

Prérequis d'accès à la formation

- Maîtriser les bases de l'utilisation d'Internet et des réseaux sociaux
- Avoir une première expérience professionnelle ou un projet nécessitant une visibilité digitale
- Disposer d'un ordinateur portable (recommandé)

Public concerné

Managers, chefs d'équipe, cadres intermédiaires et toute personne en responsabilité d'encadrement souhaitant renforcer ses compétences en leadership et sa posture managériale.

Objectifs et compétences visées

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Analyser un écosystème digital et identifier les leviers de croissance
- Définir une stratégie de communication digitale alignée avec les objectifs business
- Structurer un plan d'action multicanal performant
- Concevoir des contenus engageants adaptés aux cibles et aux canaux
- Piloter des campagnes digitales et optimiser leur performance
- Mesurer les résultats à l'aide d'indicateurs clés (KPI) et ajuster les actions

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Utilisation de vidéos, présentations dynamiques et outils digitaux
- Documentation personnalisée : Remise d'un livret pédagogique complet
- Accompagnement individualisé : Coaching et conseils personnalisés
- Évaluations formatives : Quiz, études de cas, exercices pratiques

Durée

14 heures

Tarif

650 € TTC

Méthode d'évaluation

Évaluation finale sous forme de mise en situation professionnelle : élaboration et présentation d'une stratégie de communication digitale complète, suivie d'un débriefing individualisé.

Jour 1 : Fondamentaux et construction stratégique

08h00 – 08h30 : Accueil et cadrage de la formation

- Présenter les objectifs et le déroulé de la formation
- Identifier les attentes et besoins des participants
- Évaluer le niveau initial des compétences

08h30 – 10h00 : Analyse de l'écosystème digital

- Cartographier les canaux digitaux existants
- Analyser la concurrence et les tendances du marché
- Identifier les opportunités de croissance digitale

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Définition des cibles et du positionnement

- Construire des personas marketing précis
- Définir une proposition de valeur différenciante
- Aligner la communication avec les objectifs business

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Élaboration de la stratégie digitale

- Structurer un tunnel de conversion performant
- Sélectionner les canaux d'acquisition adaptés
- Définir des objectifs SMART et des KPI

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Planification et roadmap stratégique

- Construire un plan de communication multicanal
- Prioriser les actions à fort impact
- Élaborer un calendrier éditorial structuré

Jour 2 : Activation, pilotage et optimisation

08h00 – 08h30 : Rappel des acquis et introduction jour 2

- Consolider les acquis de la veille
- Répondre aux questions des participants
- Présenter les objectifs de la journée

08h30 – 10h00 : Création de contenus performants

- Concevoir des contenus adaptés aux canaux
- Optimiser les messages pour l'engagement
- Intégrer les principes du copywriting et storytelling

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Activation des leviers d'acquisition

- Mettre en œuvre des campagnes social media et emailing
- Exploiter le SEO et le SEA pour générer du trafic
- Automatiser les actions marketing (marketing automation)

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Pilotage de la performance digitale

- Suivre les KPI et analyser les résultats
- Utiliser des outils d'analyse (analytics, dashboards)
- Identifier les axes d'optimisation

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Optimisation et plan d'action final

- Ajuster la stratégie en fonction des résultats
- Construire un plan d'amélioration continue
- Présenter un projet stratégique complet