

Formation établir sa stratégie de communication digitale

(3 JOURS - 21 HEURES)

Public Cible

- Solopreneurs, entrepreneurs individuels et propriétaires de petites entreprises.
- Professionnels en transition cherchant à lancer ou relancer leur entreprise avec une approche stratégique.

Niveau

- Intermédiaire à avancé (les participants doivent avoir une connaissance de base de leur marché et une compréhension préliminaire des principes de communication).

Durée

- 3 jours

Pré-requis

- Niveau débutant à intermédiaire en stratégie d'entreprise et en marketing digital.

Objectifs Pédagogiques

1. **Développer des Objectifs stratégiques clairs** : Apprendre à définir des objectifs SMART alignés avec les ambitions financières et communicationnelles.
2. **Maîtriser la planification de la communication** : Capacité à élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication intégrée.
3. **Créer et gérer un calendrier éditorial** : Compétences pour planifier et organiser le contenu qui supporte les objectifs stratégiques sur plusieurs mois.
4. **Optimiser le contenu et les campagnes** : Savoir créer et planifier des contenus captivants et adaptés à divers canaux de communication.

Programme :

Jour 1 : Définition des Objectifs et de la Stratégie

- **Matinée: Fixation des Objectifs Financiers et Communicationnels**
 - Introduction et intégration : présentation des objectifs du programme et des participants.
 - Atelier : définition des objectifs SMART pour l'année
 - Discussion de groupe : partage des objectifs et collecte de feedback pour affinement.
- **Après-Midi: Élaboration de la Stratégie Globale**
 - Présentation : les fondamentaux d'une stratégie de communication efficace.
 - Atelier interactif : développement d'une stratégie de communication alignée sur les objectifs business.
 - Plan d'action : création d'un plan d'étapes clés pour la mise en œuvre de la stratégie.

Jour 2 : Définition des Thèmes et Calendrier Éditorial

- **Matinée: Identification des Thèmes Clés**
 - Brainstorming : séance de créativité pour identifier des thèmes porteurs en rapport avec la marque et les objectifs.
 - Sélection et priorisation : choix des thèmes à développer sur les trois prochains mois.
 - Atelier : groupes de travail pour définir les sous-thèmes et les angles d'approche.
- **Après-Midi: Création du Calendrier Éditorial**
 - Présentation : Importance et méthodologie de création d'un calendrier éditorial.
 - Atelier pratique : Utilisation d'outils numériques (ex. Trello, Google Calendar) pour planifier le contenu.
 - Planification : Intégration des thèmes et sous-thèmes dans le calendrier avec des dates de publication cibles.

Jour 3 : Planification du Contenu pour les Trois Prochains Mois

- **Matinée: Structuration du Contenu**
 - Atelier de création de contenu : développement de contenus types (articles de blog, posts réseaux sociaux, newsletters).
 - Techniques de rédaction : conseils pour écrire efficacement et de manière engageante.
 - Feedback en direct : évaluation et amélioration du contenu créé en atelier.
- **Après-Midi: Planification et Automatisation**
 - Présentation : outils d'automatisation de la publication et de gestion des réseaux sociaux (Buffer, Hootsuite).

- Mise en pratique : paramétrage des outils pour la planification des publications.
- Récapitulatif et clôture : synthèse des apprentissages, évaluation du plan de contenu et séance de questions/réponses.

Moyens et approche pédagogique :

Alternance entre théorie et pratique avec des exercices appliqués après chaque module. Nous privilégions la mise en pratique pour un accompagnement opérationnel. La partie théorique est exposée à partir de supports visuels (Powerpoint) et illustrée par des exemples concrets. **Support de cours** : Distribution de guides pratiques et de références pour une utilisation post-formation. Des livrets d'exercices sont transmis afin de réaliser la préparation ou la mise en pratique de la formation à partir du cas de votre entreprise.

Modalités pédagogiques :

La formation synchrone peut se dérouler en présentiel ou en distanciel. Le participant doit disposer d'un ordinateur portable (accès Wifi) et d'un smartphone

Modalités d'évaluation :

L'évaluation des acquis se déroule tout au long de la formation par des exercices pratiques, ateliers, ou mise en situation, en fin de formation un QCM est réalisé. Un questionnaire de satisfaction est proposé en fin de session.

Modalités d'inscription

Un entretien préalable et un formulaire d'inscription permettront de valider votre niveau pour suivre ce stage dans les meilleures conditions