

DATAQK

CAMP.

Stratégie Digitale

Engagez et mobilisez sur les réseaux sociaux, développez et animez vos communautés. Bien choisir le placement de sa sponsorship. Maîtrisez et améliorez votre référencement.

OBJECTIFS :

- Maîtriser les principes de fonctionnement des différents réseaux sociaux
- Concevoir et piloter votre propre stratégie de communication social media
- Identifier vos cibles et activer votre sponsorship
- Comprendre et optimiser votre référencement

PROGRAMME :

Réseaux sociaux :

1. État des lieux de ses comptes sur les réseaux sociaux :
 - Analyse quantitative et sémantique.
2. Exploration des différents réseaux sociaux et optimisation de leur usage :
 - Principes, grandes caractéristiques et communautés présentes sur chaque réseau social (Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, YouTube).
3. Pilotage de sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux :
 - Concevoir et bâtir son plan d'action de sa stratégie de communication social media.
 - Construire ses outils de reporting.

Sponsorisation :

1. Comprendre le système de sponsorship
 - Son fonctionnement
 - Ses cibles
 - Les outils
2. Mettre en place sa sponsorship
 - Analyser la visibilité de sa sponsorship
 - Adapter en fonction des cibles visées

- Choisir la temporalité de lancement de sa sponsorisation

3. Analyser sa campagne de sponsorisation :

- Identifier l'impact de la sponsorisation
- Prendre connaissance des retombées, augmentation ou non en fonction de sa propre problématique.

Référencement :

1. S'acclimater à l'univers du référencement

- Comprendre l'outil et comment fonctionnent les moteurs de recherche
- Avoir les bons usages
- Repérer et éviter les mauvaises pratiques
- Apprendre les méthodes du référencement

2. Construire son référencement naturel (SEO)

- Analyser la différence référencement payant/référencement naturel
- Mettre en place les mots-clés adaptés à son entreprise et son activité
- Être pertinent dans son référencement

PUBLIC :

2 à 10 stagiaires par session : directeur.trice de la communication, community manager, chargé.e de la communication, responsable du plaidoyer, du campaigning ou de la mobilisation

PRÉ-REQUIS :

Aucun pré-requis spécifique

DURÉE :

Selon les besoins, formation pouvant aller jusqu'à 2,5 jours (17h30)

FORMATEUR ET FORMATRICE :

Matieu Pons, président de Datack - agence de communication spécialisée dans l'agrégation et l'activation de communautés en ligne, est diplômé en communication politique et publique, et possède une forte expérience en stratégie digitale.

Vincent Romanet est directeur conseil chez Datack - agence de communication spécialisée dans l'agrégation et l'activation de communautés en ligne. Il est diplômé en communication, titulaire d'un M2 "Médias, langage & société" (Paris II-Institut Français de Presse), et est expert en campagnes digitales ainsi qu'en data.

Ninon Lagarde est consultante en mobilisation chez Datack. Diplômée en "Compétences Juridiques des Collaborateurs Parlementaires", Ninon fait ses armes auprès d'associations,

d'ONG, de partis politiques et d'entreprises privées. Elle est spécialisée en stratégie de communication et facilitation en intelligence collective.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :

Formation intra-entreprise délivrée en présentiel - dans les centres de formation de Dataack, dans un site extérieur ou dans les locaux de l'entreprise du bénéficiaire - et/ou en distanciel.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Active et interactive, notre pédagogie s'appuie à la fois sur des exposés, des échanges, des mises en situation et des cas pratiques issus des expériences des stagiaires.

MOYENS PÉDAGOGIQUES :

Ordinateur, accès internet wifi.

Il est demandé aux participants de se munir de leur ordinateur portable lorsqu'ils en ont un et des codes d'accès aux comptes réseaux sociaux, site internet de leur structure le cas échéant.

MODALITÉ D'ÉVALUATION DES PARTICIPANTS :

Un questionnaire d'auto-évaluation est envoyé en amont de la formation pour permettre aux formateurs d'identifier le niveau des stagiaires et de cibler particulièrement les apprentissages qui répondent à leurs objectifs.

La progression des stagiaires est évaluée en continu durant la formation par des points réguliers sous forme de questions ouvertes, QCM et mises en situation.

À l'issue de la formation, un test de connaissance est adressé aux stagiaires pour évaluer leurs compétences acquises et leur satisfaction.

Une attestation de fin de formation individuelle spécifiant le résultat de l'évaluation des acquis est remise à chaque participant.

TARIFS :

3 000 € HT / bénéficiaire (nos tarifs peuvent être amenés à évoluer en fonction de vos besoins en formation)