



Mise en œuvre des actions de communication numérique en entreprise

INTRODUCTION SYNTHÉTIQUE

Le présent programme de formation est dédié aux personnes qui souhaitent établir une stratégie professionnelle de communication numérique en entreprise.

La formation prévoit une montée en puissance rapide des capacités du stagiaire par la mise en pratique immédiate des savoirs transmis.

DURÉE DE LA FORMATION :

14h soit 2 journées de formation

**un travail personnel est nécessaire pour s'exercer après la formation.*

PUBLIC :

Toute personne recevant pour mission de concevoir et déployer une stratégie de communication digitale pour son propre compte ou l'entreprise pour laquelle elle travaille.

PRÉREQUIS :

Avoir des bases en commerce, disposer d'un poste de travail, d'un smartphone et d'une connexion internet.

PRÉREQUIS FACULTATIFS :

- Avoir une entreprise
- Avoir son site web
- Avoir un projet dans le secteur de la communication

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Concevoir une stratégie de communication numérique
- Planifier une stratégie de communication numérique

Mobytic SARL - 9, Rue des Franciscains 68100 Mulhouse - NDA : 44 68 032 16 68
SIRET : 80262645700021 - Tél : 06 69 54 75 00 - formation@mobytic.com

Mise à jour 06/01/2021



- Justifier / défendre le budget nécessaire au déploiement de cette stratégie
- Déployer cette stratégie
- Ajuster cette stratégie
- Mesurer l'impact de cette stratégie
- Automatiser cette stratégie

INSCRIPTION: en ligne via le site <https://mobytic.com/formations/>

CONTACTS:

Référent pédagogique: Nicolas LOUIS nicolas.louis@mobytic.com

Référent handicap : MAAFA Hania maafa.hania51@gmail.com

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

L'apprentissage des savoirs par le stagiaire est assuré par les méthodes pédagogiques affirmative, interrogative et expérientielle.

Le couplage de ces pédagogies permet d'inclure plusieurs niveaux dans un même cours, chaque stagiaire poussant son apprentissage à son maximum.

MOYENS PÉDAGOGIQUES :

Démonstration orale

Schémas, dessins, maquettes, illustrations live

Mise en oeuvre par l'exemple

Cas pratiques et QCM

Écoute active des stagiaires et adaptation aux cas particuliers

Suivi long terme via le groupe d'entraide sur Discord et Whatsapp

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES :

Support de cours (Plan)

Exercices de mise en oeuvre

MOYENS TECHNIQUES

Mobytic SARL - 9, Rue des Franciscains 68100 Mulhouse - NDA : 44 68 032 16 68
SIRET : 80262645700021 - Tél : 06 69 54 75 00 - formation@mobytic.com

Mise à jour 06/01/2021

**Distanciel :**

- Ordinateur connecté à internet
- Webcam
- Licences logiciels

Présentiel :

- Paperboard.
- Tableau et marqueurs.
- Encre, Papier, Imprimante pour les supports

LE FORMATEUR

Nicolas LOUIS est chef d'entreprise depuis 2012. Titulaire d'une Licence de droit privé et d'un bachelor en management commercial et marketing, il est à l'origine de 4 projets d'entreprises.

Gérant de Mobytic SARL et manager d'une équipe de 4 personnes, il intervient auprès des entreprises TPE - PME - Indépendants, dans la mise en place d'outils numériques performants et rentables.

10% de l'activité de l'entreprise est dédiée à la formation des clients de l'entreprise sur des sujets liés à la communication numérique. L'entreprise Mobytic souhaite former ses clients à ses outils.

ACTIVITÉS NUMÉRIQUES DU FORMATEUR (plus de 100 projets actifs et rentables).

- ✓ Mise en place de sites internet E-commerce.
- ✓ Mise en place de sites internet Vitrites.
- ✓ Applications Mobiles : Gestion de projets mobiles, création d'applications iOS et Android.
- ✓ Formation et sensibilisation Numérique : Vulgarisation des outils numériques pour les décideurs (Automatisation, simplification, fonctionnements et enjeux du digital).

ACTIVITÉS MARKETING DU FORMATEUR

- ✓ Analyses d'entreprises
- ✓ Réalisations d'études de marchés
- ✓ Mise en place de campagnes newsletter

Mobytic SARL - 9, Rue des Franciscains 68100 Mulhouse - NDA : 44 68 032 16 68
SIRET : 80262645700021 - Tél : 06 69 54 75 00 - formation@mobytic.com

Mise à jour 06/01/2021



- ✓ Mesure de KPI spécifiques
- ✓ Copywriting et conception-rédaction

ACTIVITÉS COMMERCE DU FORMATEUR

- ✓ Business Développement : Contribuer à l'élaboration de la stratégie commerciale. (Veille et benchmarking, Stratégie et Innovation, plan d'action commerciale, définition d'objectifs et mesures).
- ✓ Négociation : Préparer et mener des négociations commerciales. (Négociation, Approche B to B, Prospection commerciale, Psychotechnique de l'acheteur).
- ✓ Management commercial : Manager le développement commercial d'une activité. (Gestion et reportings budgétaires, Gestion de projets commerciaux, Management de comptes clients, Réseaux et influences).
- ✓ Management d'équipes commerciales et techniques. (Recrutement, animation d'équipe, efficacité personnelle et collective, communication, innovation).

DISPOSITIF D'ÉVALUATION PENDANT LA FORMATION

- QCM
- TP
- Exercices adaptés aux niveaux

DISPOSITIF D'ÉVALUATION APRÈS LA FORMATION

- Épreuves (en correspondance avec les TP réalisés pendant le cours)
- QCM
- Soutenance devant un jury
- Récoltes de résultats en conditions réelles

TARIF :

800 euros

ACCÈS HANDICAPÉS

En présentiel, nous informons préalablement en cas de présence d'un handicap pour prendre les mesures nécessaires. En fonction du handicap nous disposons de plusieurs salles en location pour faciliter la venue des personnes (adapté PMR).

MODALITÉS D'ACCÈS

Mobytic SARL - 9, Rue des Franciscains 68100 Mulhouse - NDA : 44 68 032 16 68
SIRET : 80262645700021 - Tél : 06 69 54 75 00 - formation@mobytic.com



Les inscriptions sont à faire en ligne à l'ouverture des inscriptions.

4 sessions : janvier, avril, août, octobre

40 places disponibles par an

INTRODUCTION AUX FONDAMENTAUX DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION DIGITALE

- Identifier les grands principes du marketing digital
- Comprendre le sens d'une action de communication
- Agir dans le respect du RGPD
- Découvrir les tendances actuelles et les évolutions
- Comprendre l'inbound marketing (en amont de la vente)
- Comprendre le phygital et le cross-canal
- Expérimenter UX et UI (expérience visuelle, graphique et fonctionnelle)

STRATÉGIE DE PRODUCTION ET DE DIFFUSION DE CONTENU

- Entrer dans l'ère du marketing de contenu
- Acquérir les notions méthodologiques d'un plan marketing digital
- Les bases d'une gestion de projet adaptée à la stratégie de contenu
- Créer des personas et déterminer des ensembles de besoins et cibles
- Choisir sa stratégie pas à pas
- Choisir les supports de prédilection (SEO, SEA, SMO, Fidélisation)
- Les spécificités de chaque vecteur, gestion d'un calendrier, un budget et gestion des ressources internes/externes

DÉTAILS POUSSÉS SUR LES VECTEURS PRINCIPAUX

- Prendre en compte les 3 axes de la maturité digitale
- **Maîtriser le Paid média :**
- La e-publicité
- L'affiliation
- Le display
- Real Time Bidding (RTB)
- La publicité sur les réseaux sociaux
- **Utiliser Owned média :**
- Blog
- E-mail marketing
- Site internet

Mobytic SARL - 9, Rue des Franciscains 68100 Mulhouse - NDA : 44 68 032 16 68
SIRET : 80262645700021 - Tél : 06 69 54 75 00 - formation@mobytic.com

Mise à jour 06/01/2021



- Page facebook
- SEO et rédaction pour le web
- SMO et fondamentaux du community management
- Analyser et auditer des influenceurs : le Earned media et l'approche méthodologique
- Appréhender le marketing viral, la relation presse digitale, le netlinking
- Le print
- Comportement "in mortar" et conversion des usages
- Stratégies de confinement et conditions dégradées (COVID 19)

ANALYSE WEB ET MESURE DES ACTIONS

- Découvrir les KPI (indicateurs clés)
- Mettre en place les KPI
- Interpréter les KPI
- Construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie
- Construire un tableau en cohérence avec la mise en pratique des personas
- Analyser l'audience ainsi que les comportements des utilisateurs/clients
- Détecter les tendances, les temps forts et identifier des usages
- Utiliser les outils et les plateformes de mesure et de suivi d'audience
- Mettre en place du test and learn (A/B testing) en fonction des indicateurs d'audience et de comportement
- Optimiser des supports : site e-commerce, fiche produit, article, contenu, ...
- Optimiser l'ergonomie (lecture en Z, CTA et eye tracking)
- Sourcing des outils d'analyse présents sur le marché.

MISES EN PRATIQUE (EN FONCTION DES PROFILS)

- Cas pratiques en cours
- Cas pratiques d'épreuves
- QCM
- En fonction du public (B2B) : Définition de votre stratégie digitale d'entreprise !