Elaborer et piloter sa stratégie digitale

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Domaine : Développement

Filière : Transformation digitale

Rubrique : Digital Marketing

Éligible au CPF : Non

Action collective : Non

PRÉSENTATION

Objectifs & compétences

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :Elaborer une stratégie de communication digitale et la décliner en plan opérationnel
Mettre en œuvre le mix des actions de communication spécifiques au Web
Piloter et évaluer ses actions de communication Web

Public visé

Directeurs de la communication, community managers et toutes les personnes impliquées dans la mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale

Pré-requis

Aucune connaissance particulière

PROGRAMME

Comprendre les mutations de la communication
Les tendances de la communication sur Internet : Web 2.0, Web 3.0, Web 4.0...
La logique relationnelle du Web.
Les nouveaux comportements des publics : interactivité, nomadisme, immédiateté...

Réflexion collective
Réflexion collective et échanges sur les nouveaux comportements et les attentes des publics.
Analyser la place d'Internet dans les stratégies de communication
L'architecture digitale de la marque et le "Paid, Owned et Earned".
Connaître les leviers incontournables : publicité, achats de mots clés, référencement naturel, réseaux sociaux...
Comprendre les synergies de moyens d'une stratégie globale : le site et les autres plateformes (Facebook, Twitter).
Benchmarking de stratégies de communication digitales actuelles.

Travaux pratiques
Réalisation d'un état des lieux de la communication digitale avec le SWOT.
Concevoir sa campagne digitale
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
Etablir un persona et définir un média planning Web.
Miser sur la créativité digitale
L'impact des histoires dans le digital : du cross-media au transmedia.
S'adapter aux différents formats et aux différents devices.
Tirer profit du Big Data dans vos campagnes.
Les facteurs clés de succès du buzz marketing.

Code de formation : SP78053

€ Tarifs

Tarif & financement :
Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :
Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.
Le dispositif FNE-Formation.
L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise.
France Travail: sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.
CPF -MonCompteFormation
Contactez nous pour plus d'information : contact@aston-institut.com

Lieux & Horaires

Durée : 14 heures

Délai d'accès : Jusqu'a 8 jours avant le début de la formation, sous condition d'un dossier d'insciption complet

Prochaines sessions

Consultez-nous pour les prochaines sessions.

Informations non contractuelles - PDF généré le 24/11/2026

Les étapes clés du média planning Web.

Travaux pratiques
Préparer un brief pour une agence.
Piloter et mesurer l'efficacité des actions
Site centric ou user centric ?
Choisir les bons indicateurs.
Quelles mesures pour l'e-réputation ?
Faire le lien entre les indicateurs et l'expérience vécue par les utilisateurs.
Suivre la performance dans un tableau de bord efficace.

Travaux pratiques
Réaliser son tableau bord de suivi et ses périmètres d'évaluation.

MODALITÉS

Modalités

Modalités : en présentiel, distanciel ou mixte . Toutes les formations sont en présentiel par défaut mais les salles sont équipées pour faire de l'hybride. – Horaires de 9H à 12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise.
Pédagogie : essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques.
Ressources techniques et pédagogiques : Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom.
Pendant la formation : mises en situation, autodiagnostics, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels.

Méthode

Fin de formation : entretien individuel.
Satisfaction des participants : questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation.
Assiduité : certificat de réalisation.
Validations des acquis : grille d'evalution des acquis établie par le formateur en fin de formation.

Informations non contractuelles - PDF généré le 24/11/2026