

Bâtir un plan de communication efficace

Construire un plan d'action efficace grâce à une communication 360° et omnicanale.

Modalité : Sur-mesure
Niveau : Tout niveau

Présentation

Cette formation en communication s'inscrit dans une démarche de déploiement et d'extension d'une stratégie de communication "classique", appliquée aux médias sociaux et plus globalement au digital.

Elle permettra de comprendre les principaux enjeux du numérique liés à une stratégie de communication globale.

Objectifs

- Remettre à plat les stratégies de communication dans un contexte de digitalisation
- Donner aux équipes les leviers pour construire des stratégies et plans de communication efficaces dans une logique 360 et omnicanale.

Pré-requis & Profil des participants

Elle nécessite les pré-requis suivants :

- Avoir une connaissance et/ou pratique des principaux médias sociaux : en connaître les principes de base
- Être déjà inscrit dans une démarche/projet de transformation de la communication au niveau digital
- Comprendre l'intérêt de mettre en place une véritable stratégie Social Media

Cette formation s'adresse aux :

- Responsables Marketing, Responsables Publicité
- Chefs de produits
- Chargés de communication

qui souhaitent bâtir une stratégie et un plan de communication 360°.

Télécharger en pdf

Programme

MODULE 1 : D'une stratégie marketing à une stratégie de communication

- Comment passe t-on d'une stratégie marketing à une stratégie de communication
- Les fondamentaux d'une bonne stratégie de communication
- Quelle finalité pour votre stratégie ?
- Comment définir ses objectifs, personas marketing, KPI...

MODULE 2 : Comment bâtir une stratégie de communication

- La définition de vos objectifs
- Quelle est votre audience ?
- Quel(s) axe(s) de communication ?
- Quand et comment déployer votre stratégie de communication ?
- Quel(s) média(s) utiliser et pourquoi ? Avec quels outils, techniques de communication, quels canaux ?
- Cas pratique : analyse de cas concrets des participants

MODULE 3 : La mise en place de sa stratégie : les indispensables

- En quoi consiste une stratégie multicanale ?
- Les avantages d'une stratégie multicanale ?
- Optimiser son plan de communication en fonction de sa problématique, de son budget
- Comment élaborer son brief d'agence ?
- Comment construire son plan média ?
- Cas pratique : rédiger son brief d'agence

MODULE 4 : Comment intégrer le digital dans son plan d'action

- L'accélération des transformations induites par le digital (Big Data, réalité virtuelle, machine learning, IA, objets connectés...)
- Les leviers les plus utilisés au niveau digital et leurs rôles
- Comment construire son plan d'action digital et stratégique
- Focus sur les leviers majeurs : référencement, vidéos...
- Les bonnes pratiques pour construire une stratégie de présence digitale efficace
- Les principaux médias sociaux : leurs fonctionnalités et solutions de visibilité

- Savoir gérer son e-réputation et analyser sa perception (analyse de sentiments)
- Cas pratique : faire une ébauche de stratégie digitale
- Plus : exemples concrets

MODULE 5 : Comment piloter et optimiser son plan d'action

- Définir son plan d'action en fonction des objectifs à atteindre et des KPI à prendre en compte
- Comment piloter et optimiser la rentabilité de son plan d'action et analyser les retombées
- L'importance du bilan de campagne : analyser, en retirer les bonnes pratiques et les points à améliorer
- Cas pratique : créer un tableau de bord du plan d'action et définir les KPI à prendre en compte en fin de campagne