

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Digitaliser son plan de communication

Objectif de la formation

- Savoir digitaliser ses plans de communication
- Comprendre le lien entre stratégie marketing, stratégie de communication et le digital
- Comprendre comment bâtir un plan d'action digital performant.

Le contexte et les enjeux de la formation :

Si les équipes marketing maîtrisent parfaitement le marketing et la communication, l'intégration du Digital est souvent moins évidente. Entre autre, du fait de la multitude des leviers digitaux disponibles. Nous détaillons les spécificités de la stratégie digitale (objectifs, cibles...) et des plans d'action online (les différents leviers) pour clarifier en quoi le digital vient compléter et enrichir le Marketing, la Communication et les leviers traditionnels.

Approche pédagogique :

La formation est organisée autour de l'acquisition progressive de connaissances. La participation des stagiaires est sollicitée de bout en bout, et autant que possible leurs besoins et problématiques sont adressées et servent de points d'appui au discours pédagogique qui s'adapte en conséquence. Vidéos, Cas Pratiques sur lesquels sont sollicités des réactions et un débat, complètent le dispositif. Les stagiaires sont enfin régulièrement invités à s'exprimer y compris pendant les phases plus théoriques où des éléments d'animation ludiques (par exemple Quizz) sont introduits.

A qui s'adresse cette formation ? / Prérequis

Cette formation s'adresse à toute personne voulant parfaitement intégrer le digital dans ses plans d'action ainsi qu'aux managers étant amenés à piloter des actions digitales ou des agences digitales. Les personnes impliquées dans la Transformation Digitale de leur entreprise sont également évidemment concernées par cette formation.

Progression pédagogique :

1. Quels liens entre le Marketing, la Communication et le Digital ?....et quels impacts ?!

- Les fondamentaux Marketing et leur impact digital :
 - segmentation
 - positionnement
 - offre
 - cible
- L'impact de la stratégie de communication sur le Digital :
 - notoriété
 - influence et maturité de la cible
 - objectifs
 - stratégies push et pull

2. Les Tendances Digitales majeures

- le mouvement permanent
- L'expérience client
- Le VRAI marketing relationnel et personnalisé
- Mobile first
- Le social devient image
- Les nouvelles réalités
- IoT, IA et Bots?
- La voix, le nouveau doigt

3. Construire sa stratégie digitale étape par étape

- Comment définir des objectifs digitaux différents/complémentaires des objectifs de communication
- L'architecture Digitale de la marque ou comment définir ses « Touchpoints » ?
- La vision transversale digitale... OESP ou le modèle Forrester
- Quel rôle donner au Social dans sa stratégie digitale ? objectifs, cibles, contenus
- Quel plan d'action imaginer ?
 - Comment les investissements digitaux sont répartis entre les leviers ?
 - Quels leviers prioritaires actionner ?
 - Les différents leviers possibles et leur rôle dans votre mix digital
 - Focus sur les leviers majeurs : comprendre et optimiser le SEA, le programatic...

4. Piloter et optimiser sa stratégie digitale

- Comprendre la performance commerciale online
- Les 3 piliers de la performance digitale
- La vision globale.... les leviers et les KPI
- Le concept et les enjeux de l'attribution
- Les différents modèles d'attribution
- Exemple de Tableau de Bord
- Une autre vision du ROI Digital

5. Conclusion :

- Vision synthétique de la méthodologie d'élaboration de la stratégie digitale

La formation sera animée par Pierre Bizollon

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **7 heures**.