

Créer une stratégie de communication digitale efficace



Objectifs de la formation

Avant de lancer une campagne de communication digitale, il faut tenir compte des spécificités de l'univers digital et des réseaux sociaux. Maitriser cet environnement permet de mieux identifier les enjeux pour les traduire en opportunité Business



A qui s'adresse cette formation

- Responsable de communication institutionnelle.
- Responsable marketing produit, marketing client.



Les plus

- + Une couverture complète des thèmes de la communication digitale
- + Un intervenant très expérimenté
- + Une formation adaptée au secteur de la santé



Informations pratiques

- Durée de chaque module : 6 heures
- Formation en présentiel

Les fondamentaux

thèmes abordés

- ✓ Qu'est-ce que la communication digitale ?
- ✓ Les 4 piliers de la communication digitale ?
- ✓ Comment définir sa stratégie en communication digitale ?

1

Identifier les enjeux

thèmes abordés

- ✓ Déterminer mes objectifs business
- ✓ Définition de la cible
- ✓ État de l'Art de mon secteur
- ✓ La Data digitale et sociale

2

Traduire les enjeux

thèmes abordés

- ✓ Qu'est-ce qu'un parcours client ?
- ✓ Définir un Brand Funnel
- ✓ Quelle ligne éditoriale ?
- ✓ Le comportement media de ma cible

3

Mesure de la performance

thèmes abordés

- ✓ Les indicateurs de performance
- ✓ Quelle stratégie adopter ?
- ✓ Les outils pour mesurer
- ✓ Les outils de veille

4