

PILOTER UN PROJET DE COMMUNICATION DIGITALE 2 JOURS - 14 HEURES

But de la formation

- ▶ Équiper les responsables et chargés de communication pour la mise en place de leur stratégie de communication en ligne et sa traduction opérationnelle
- ▶ Obtenir des techniques de gestion de projets numériques

Prérequis

Pratique courante d'Internet et maîtrise des outils bureautiques
Savoir utiliser un ordinateur, une tablette, un smartphone

Type de public

Professionnel de la communication, rédacteur, concepteur de contenus en ligne, community manager, etc.

Effectif

De 1 à 8 participants
L'effectif peut, en accord avec l'entreprise être modifié

Date & lieu de formation

A définir avec le client

**Accessibilité aux
personnes handicapées**

Si la formation a lieu chez le client : il faudra préciser si votre salle de formation est accessible aux personnes handicapées

Si la formation a lieu en dehors de chez le client : il faudra me contacter en cas de besoin d'accessibilité pour un participant. Dans ce cas, la formation aura lieu dans un local adapté. (Par exemple : location de salle dans un hôtel ou centre d'affaire).

**Modalités d'évaluation
d'atteinte des objectifs de
la formation
Délai d'accès**

Feuilles de présence.
Questions écrites (QCM)
Outil d'évaluation des acquis : exercices et mise en application en fin de chaque chapitre
Formulaire d'évaluation de la formation.
Modalités selon pré requis et aucun délai

**Méthodes et outils
pédagogiques**

Les moyens pédagogiques sont adaptés à chaque formation et aux besoins des clients.

La formation est co-construite avec le client, sur la base du programme de formation initial. Cette démarche de co-construction se fait au travers d'un entretien de cadrage au cours d'une rencontre ou par téléphone. L'entretien de cadrage donne lieu à un enregistrement utilisé pour vérifier l'adaptation des moyens pédagogiques à la formation et aux besoins du client.

Les moyens pédagogiques utilisés pour adapter les formations : Des apports d'informations du formateur et la mise en pratique sous forme d'exercices d'application, si possible en adéquation avec le secteur d'activité et les besoins des stagiaires.

Les moyens techniques nécessaires demandés sont : ordinateur, tablette ou smartphone avec connexion internet / WIFI et accès aux réseaux sociaux, vidéo projecteur, paper board ou tableau blanc, feutres effaçables de

couleurs, tables disposées en U et chaises, ou chaises disposées en cercle sans table.

Chaque formation est sous la responsabilité du directeur pédagogique de l'organisme de formation ; le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation.

L'organisme désigne un référent pédagogique et un référent handicap.

Formalisation à l'issue de la formation

Une attestation de formation sera transmise.

Un support de cours version papier ou numérique sera remis à chaque stagiaire à l'issue de la formation

PROGRAMME

JOUR 1

Définir les objectifs du projet de communication digitale

Identifier le contexte et la problématique de communication
Identifier les usages des internautes pour construire une démarche de Community management et de E-réputation
Rédiger un cahier des charges

JOUR 2

Concevoir et piloter le projet

Mettre en place une stratégie d'ambassadeur
Impliquer les collaborateurs de l'organisation
Concevoir un tableau des phases de travail : planning, rétro planning
Découverte des outils de pilotage de projets et plateformes de conférence
L'Intranet

JOUR 3

Mettre en place une Newsroom

Qu'est-ce qu'une Newsroom ?
Veiller pour agir
Mettre en place de nouveaux circuits de production d'informations et de validation avant publication
Travailler en mode projet
Rédiger la ligne éditoriale
Les exemples d'organisation fonctionnant sur le principe de la Newsroom
