



**Durée : 06 Mois**

## Programme de Formation **COMMUNICATION DIGITALE 2.0**

**2**



## **PROGRAMME DE FORMATION EN COMMUNICATION DIGITALE 2.0**

### **OBJECTIFS :**

- Maîtriser les principes et les enjeux de la communication digitale 2.0
- Développer et mettre en œuvre des stratégies de communication digitale efficaces sur les différents canaux numériques
- Créer des contenus engageants et optimisés pour le web
- Gérer et animer des communautés en ligne
- Mesurer l'impact de leurs actions de communication digitale et optimiser leurs performances

### **PUBLIC CIBLE :**

Ce programme s'adresse aux professionnels de la communication, du marketing et du digital souhaitant se perfectionner et acquérir des compétences avancées en communication digitale 2.0, aux étudiants en communication et en marketing souhaitant se spécialiser dans ce domaine, ainsi qu'aux entrepreneurs et aux chefs d'entreprise souhaitant développer une communication digitale efficace pour leur marque.

**PREREQUIS :** Avoir des bases en communication et en marketing, et une connaissance de base d'un outil de création de contenu web tel que WordPress ou Wix.

## **MODULE 1 : FONDEMENTS DE LA COMMUNICATION**

### **DIGITALE 2.0**

#### **Leçon 1 : Introduction à la communication digitale 2.0**

- A. Découvrir les principes et les enjeux de la communication digitale 2.0
- B. Comprendre les changements induits par le web 2.0 et les réseaux sociaux
- C. Analyser des exemples de réussites en communication digitale 2.0

#### **Leçon 2 : Le web social et ses acteurs**

- A. Découvrir les différents types de réseaux sociaux et leurs fonctionnalités
- B. Comprendre les comportements des utilisateurs sur les réseaux sociaux
- C. Identifier les opportunités offertes par les réseaux sociaux pour la communication

#### **Leçon 3 : Stratégie de communication digitale 2.0**

- A. Définir les objectifs de sa communication digitale 2.0
- B. Identifier son public cible et ses besoins
- C. Développer une stratégie de communication digitale cohérente et efficace

#### **Leçon 4 : Création de contenus engageants**

- A. Maîtriser les principes de la création de contenus engageants pour le web
- B. Adapter ses contenus aux différents canaux de communication digitale
- C. Utiliser des outils de création de contenu performants

### Leçon 5 : Community management

- A. Découvrir les principes du community management
- B. Animer et gérer une communauté en ligne
- C. Développer une relation durable avec son audience

## **MODULE 2 : MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DIGITALE**

### Leçon 6 : Référencement naturel (SEO)

- A. Maîtriser les principes du référencement naturel
- B. Optimiser son site web pour les moteurs de recherche
- C. Améliorer son visibilité en ligne

### Leçon 7 : Publicité digitale

- A. Découvrir les différents types de publicité digitale
- B. Créer et gérer des campagnes publicitaires digitales efficaces
- C. Mesurer le retour sur investissement (ROI) de ses campagnes

### Leçon 8 : Marketing d'influence

- A. Comprendre les principes du marketing d'influence
- B. Identifier et collaborer avec des influenceurs pertinents
- C. Développer des campagnes de marketing d'influence réussies

### Leçon 9 : E-mail marketing

- A. Maîtriser les techniques d'e-mail marketing
- B. Créer et diffuser des newsletters engageantes
- C. Développer une stratégie d'e-mail marketing efficace

### Leçon 10 : Web analytics

- A. Découvrir les outils de web analytics
- B. Analyser le trafic et les performances de son site web
- C. Optimiser son site web en fonction des données analytiques

## **MODULE 3 : OPTIMISATION ET MESURE DE LA PERFORMANCE**

### Leçon 11 : A/B testing et optimisation des conversions

- A. Maîtriser les techniques d'A/B testing
- B. Optimiser ses contenus et ses campagnes pour améliorer les conversions
- C. Augmenter le ROI de ses actions de communication digitale

### Leçon 12 : Social media analytics

- A. Analyser les performances de ses réseaux sociaux
- B. Identifier les contenus et les stratégies les plus efficaces
- C. Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux

### Leçon 13 : Veille et analyse de la concurrence

- A. Suivre les tendances du marché et l'activité de ses concurrents
- B. Identifier les opportunités et les menaces
- C. Adapter sa stratégie de communication digitale en conséquence

### Leçon 14 : Intelligence artificielle et communication digitale



- A. Découvrir les applications de l'intelligence artificielle en communication digitale
- B. Utiliser des outils d'IA pour automatiser des tâches, personnaliser des contenus et optimiser ses campagnes
- C. Intégrer efficacement l'IA dans sa stratégie de communication digitale

### Leçon 15 : Aspects juridiques et éthiques de la communication digitale

- A. Comprendre les enjeux juridiques et éthiques de la communication digitale
- B. Respecter les lois et les réglementations en vigueur
- C. Adopter une pratique responsable et éthique de la communication digitale

## **MODULE 4 : ATELIERS ET PROJETS TUTEES**

### Leçon 16 : Atelier création de contenu web

- A. Mettre en pratique les techniques de création de contenus engageants pour le web
- B. Réaliser différents types de contenus (articles, vidéos, infographies, etc.)
- C. Optimiser ses contenus pour le référencement naturel (SEO)

### Leçon 17 : Atelier community management

- A. Animer et gérer une communauté en ligne
- B. Développer des stratégies de communication et d'engagement
- C. Gérer les crises et les situations conflictuelles

### Leçon 18 : Atelier publicité digitale

- A. Créer et gérer des campagnes publicitaires digitales sur les différents réseaux sociaux et plateformes publicitaires
- B. Cibler son audience avec précision
- C. Mesurer le retour sur investissement (ROI) de ses campagnes

### Leçon 19 : Atelier e-mail marketing

- A. Créer et diffuser des newsletters engageantes
- B. Segmenter son audience et personnaliser ses messages
- C. Automatiser ses campagnes d'e-mail marketing

### Leçon 20 : Projet tutoré communication digitale

- A. Développer et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale complète pour une entreprise ou une organisation
- B. Créer et diffuser des contenus engageants
- C. Animer et gérer une communauté en ligne
- D. Mesurer l'impact de ses actions de communication digitale