

# Outils et techniques de communication pour non spécialistes - TPE PME

PROMEO

Marketing - Communication

01/02/2025

## Public et prérequis

Tout collaborateur en charge du marketing et de la communication digitale au sein de l'entreprise

Aucun prérequis

## Les objectifs

Acquérir les outils et techniques de communication marketing indispensables au déploiement du site internet et de la visibilité sur le web de l'entreprise  
Développer les réseaux sociaux de l'entreprise  
Créer des contenus et des visuels de communication digitale impactants et efficaces

## Les méthodes pédagogiques et d'encadrement

Alternance d'apports théoriques, d'exercices et de cas pratiques

La formation est animée par des formateurs experts, validés par nos équipes pédagogiques et disposant de 5 à 10 années d'expérience dans leur domaine de compétences.

## Validation et certification

Attestation de formation

## Outils pédagogiques

Supports théoriques  
Multiples cas pratiques et mises en situation  
Outils et documents types

## Contenu de la formation

### Les fondamentaux de la stratégie de communication

Les clés d'une communication réussie  
Intégrer la stratégie de marque  
Comprendre et identifier les grands principes de la communication : objectifs, charte graphique, image et valeur, ligne éditoriale  
Mener un audit pour ajuster sa communication : les méthodes de recueil et d'analyse de la situation  
Poser la problématique de communication en fonction des contraintes

### Marketing opérationnel et de contenu

#### CONCEVOIR ET DÉPLOYER UN PLAN DE COMMUNICATION :

Définir des objectifs stratégiques, mesurables et opérationnels  
Identifier, analyser et gérer les publics cibles  
Déterminer le contenu des messages

### RÉFÉRENCE

**COMM003**

### CENTRES DE FORMATION

**Compiègne**

### DURÉE DE LA FORMATION

**6 jours / 42 heures**

### ACCUEIL PSH

**Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.**

## Les + Promeo

- 60 ans d'existence
- Une communauté de 3 100 alternantes
- 24 000 stagiaires formés par an
- 3 500 entreprises qui nous font confiance
- Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
- L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
- La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
- Une pédagogie active
- Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

Bien choisir les médias (média planning) en fonction des objectifs et des cibles

Etablir un budget cohérent et mesurer l'impact des actions menées (ROI)

**PRODUIRE DU CONTENU :**

Renforcer l'impact du contenu des supports de communication & storytelling

Organiser la production de contenu en interne

Créer des visuels et rédiger pour le web et les réseaux sociaux

Faciliter la lecture en créant des entrées de lectures pertinentes

Les règles d'efficacité d'un titre, d'un chapeau, d'une accroche, d'un intertitre, d'une légende...

Quelles sont les différentes règles de rédaction sur les sites internet et les newsletters

## **Marketing digital et réseaux sociaux**

**WEBMARKETING :**

Quel levier activer pour améliorer la visibilité de son site internet

Comment intégrer la stratégie de référencement naturel (SEO) et payant (SEA) dans sa politique webmarketing

Mobil first : optimiser son site internet pour une utilisation sur mobile

Règles et protection des individus (RGPD)

Panorama des acteurs et outils de recherche

Le multicanal mobile, la mesure des résultats : tracking et ROI web et mobile

Les facteurs clés de performance (KPI) web et mobile

Google analytics : les principaux indicateurs de mesure d'audience

**PILOTER LE PROJET DIGITAL DE L'ENTREPRISE OU COMMENT INVESTIR LES RÉSEAUX SOCIAUX :**

Panorama des médias sociaux (chiffres, fonctionnalités et cas d'utilisation)

Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page LinkedIn, chaîne YouTube, blogs ... Quels médias choisir ?

Définir une stratégie de déploiement des réseaux sociaux : planning et outils

Définir une politique de contenu

Rédiger pour les réseaux sociaux

Créer son profil FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN

Créer et paramétrer les pages entreprises des différents réseaux

Mettre en œuvre une stratégie publicitaire et évaluer les résultats

Optimiser son budget et obtenir des résultats

LinkedIn : déployer et promouvoir la marque employeur

L'impact et le traitement des avis clients négatifs

## **Modalité d'évaluation**

L'évaluation des acquis est réalisée tout au long de la formation au travers des exercices et QCM proposés.