

Stage pratique de 11  
jour(s)  
Réf : KCD

## Participants

Chargés de communication,  
community managers et  
rédacteurs web.

## Pré-requis

Aucune connaissance  
particulière.

## Dates des sessions

## Modalités d'évaluation

Pour les certifications, des  
examens blancs permettent  
de mesurer le degré de  
préparation. Pour les cycles  
certifiants, une journée  
d'examen est mise en place.

## Compétences du formateur

Les experts qui animent  
la formation sont des  
spécialistes des matières  
abordées. Ils ont été  
validés par nos équipes  
pédagogiques tant sur le  
plan des connaissances  
métiers que sur celui de la  
pédagogie, et ce pour chaque  
cours qu'ils enseignent. Ils  
ont au minimum cinq à dix  
années d'expérience dans  
leur domaine et occupent  
ou ont occupé des postes à  
responsabilité en entreprise.

## Moyens pédagogiques et techniques

- Les moyens pédagogiques  
et les méthodes  
d'enseignement utilisés  
sont principalement : aides  
audiovisuelles, documentation  
et support de cours, exercices  
pratiques d'application et  
corrigés des exercices pour  
les stages pratiques, études  
de cas ou présentation de cas  
réels pour les séminaires de  
formation.

- A l'issue de chaque stage ou  
séminaire, ORSYS fournit aux  
participants un questionnaire  
d'évaluation du cours qui  
est ensuite analysé par nos  
équipes pédagogiques.

- Une feuille d'émargement  
par demi-journée de présence  
est fournie en fin de formation  
ainsi qu'une attestation de fin  
de formation si le stagiaire a

# Cycle certifiant Chargé de communication digitale

*Ce cycle certifiant vous permettra de mieux appréhender les nouveaux médias digitaux. Vous apprendrez à organiser des communautés et à contrôler l'image que vous souhaitez diffuser. Vous découvrirez les spécificités de l'écriture pour le Web et pour le mobile et apprendrez comment rédiger, adapter, enrichir et optimiser les contenus en vue de faciliter la lecture, de fidéliser vos clients et visiteurs. Vous apprendrez également à réaliser des vidéos de qualité professionnelle avec un iPhone et à réaliser des campagnes e-mailing et des newsletters.*

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux  
Définir une ligne éditoriale et gérer les contenus publiés  
Connaître et utiliser les techniques d'écriture pour le Web et pour le mobile  
Maîtriser les techniques de réalisation d'une vidéo pour le Web avec un iPhone  
Formaliser une stratégie de production et de diffusion de campagnes e-mailing et de newsletters

### 1) Réussir sa stratégie social media

### 2) Gérer ses communautés

### 3) Susciter l'engagement avec ses contenus

### 4) Communiquer avec Facebook

### 5) Rédiger pour le Web

### 6) Optimiser ses contenus

### 7) Rédiger pour le mobile

### 8) Réaliser une vidéo avec un iPhone

### 9) Concevoir des campagnes e-mailing et des newsletters

### 10) Diffuser sa newsletter et ses emails

## Méthodes pédagogiques

*Le stage CMA doit être suivi en début de cycle. Le stage RMB doit être suivi après le stage CCW. Les autres stages peuvent suivis dans l'ordre de son choix.*

## Travaux pratiques

*Apports théoriques, exercices pratiques, études de cas, démonstrations et manipulation d'outils de social media management.*

## 1) Réussir sa stratégie social media

- Comprendre la mutation des modes de communication.
- Connaître les différents types et usages des réseaux sociaux.
- Identifier ses cibles et ses usages.
- Comprendre les impacts sur son organisation.

### Travaux pratiques

*Faire le point sur l'e-réputation de son entreprise. Faire un état des lieux de sa présence et de son utilisation des réseaux sociaux.*

## 2) Gérer ses communautés

- Etablir des chartes internes et externes pour une bonne utilisation des réseaux sociaux.
- Elaborer et mettre en œuvre une stratégie d'influence.
- Social media planning : mettre en place une stratégie de communication multicanale.
- Créer des contenus visuels, améliorer son organisation et sa production.

### Travaux pratiques

*Découverte et pratique de solutions de Social Media Management. Exercices de gestion de communautés.*

## 3) Susciter l'engagement avec ses contenus

- Mettre en place des opérations d'animation et optimiser sa page Facebook.
- Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs.
- Améliorer la visibilité de ses publications.
- Gérer une crise sur Internet et les réseaux sociaux.
- Evaluer le ROI et la performance de ses actions.

### Travaux pratiques

*Découverte de solutions d'animation de communautés. Optimisation de la rédaction et de la visibilité de ses publications. Création d'un tableau de bord de veille.*

## 4) Communiquer avec Facebook

- Créer et organiser une campagne publicitaire sur Facebook : paramétrages, ciblage, formats, emplacements, budget...
- Créer un jeu concours sur Facebook : règlementation, applications tierces...
- Diffuser un événement avec Facebook Live.
- Maîtriser les fonctions d'administration avancées de Facebook.

### **Travaux pratiques**

*Utilisation des fonctions avancées d'administration de Facebook et d'outils de création de campagnes publicitaires et de concours.*

## 5) Rédiger pour le Web

- Connaître les spécificités de l'écriture pour le Web.
- Ecrire pour communiquer : communication produit, BtoB, institutionnelle, de crise...
- Ecrire pour être lu : proposer un contenu à valeur ajoutée, cohérent et adapté au discours.
- Ecrire pour être vu : la mécanique du référencement naturel.
- Définir une stratégie éditoriale.
- Travailler l'ergonomie et la lisibilité, adapter son style au Web.

### **Travaux pratiques**

*Echanges et partages d'expériences. Ebauche d'une charte éditoriale. Ecritures d'articles pour un site Web.*

## 6) Optimiser ses contenus

- Adapter et enrichir des contenus Web : Rich Media, visuels, vidéos, son...
- Scénariser son contenu : découpage et progression.
- Le Copywriting : rendre attractif les titres, sous-titres, intertitres et chapôs.
- Optimiser sa visibilité côté technique : code et balises html.

### **Travaux pratiques**

*Adaptation et enrichissement de textes. Correction et amélioration de textes.*

## 7) Rédiger pour le mobile

- Concevoir une stratégie de contenu adaptée au mobile.
- Déterminer et hiérarchiser les contenus de son site mobile.
- Adapter les techniques de rédaction au Web mobile.
- Mettre en place des outils d'évaluation et définir les indicateurs.

### **Travaux pratiques**

*Rédaction et rewriting de textes pour le mobile. Scénarisation de textes pour les adapter à un traitement multimédia.*

## 8) Réaliser une vidéo avec un iPhone

- Définir les objectifs d'une vidéo et les cibles à atteindre.
- Définir le cadre de captation, sélectionner les acteurs et préparer les moyens techniques.
- Réaliser une captation vidéo et son.
- Effectuer un montage avec iMovie.
- Importer, exporter et diffuser ses vidéos.

### **Travaux pratiques**

*Réalisation de plusieurs captations vidéo en conditions réelles. Montage et diffusion via des réseaux sociaux.*

## 9) Concevoir des campagnes e-mailing et des newsletters

- Définir les objectifs et cibles de ses campagnes.
- Réaliser un cahier des charges.
- Organiser et gérer des contenus, définir sa ligne éditoriale.
- Rédiger : principes généraux, calibrage, relecture et validation.

### **Travaux pratiques**

*Etude de newsletters et campagnes e-mailing existantes et analyse des bonnes pratiques.*

## 10) Diffuser sa newsletter et ses emails

- Collecter des adresses : location et achats de fichiers, actualisation et mise à jour de la base d'adresses...
- Diffuser une newsletter et des emails : mise en ligne, envoi, planning, rythme, relance, archivage...
- Evaluer et optimiser sa campagne et ses contenus.
- Connaître les nouvelles tendances des campagnes e-mailing : trigger marketing, vidéo...

### **Travaux pratiques**

*Réalisation d'un projet de newsletter ou de brief de campagne pour une réalisation ultérieure ou externalisée.*