

Opleiding : Digitale communicatie: je strategie ontwikkelen en beheren

Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. CDT

Prijs : 1310 € V.B.



4,6 / 5

BEST

Deze cursus laat je zien hoe je doelstellingen definieert en een effectieve digitale communicatiestrategie ontwikkelt die consistent is met de algemene strategie van je bedrijf. Je leert hoe je een digitaal communicatiesysteem implementeert en welke tools je nodig hebt om het te evalueren en te optimaliseren.

Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ Een digitale communicatiestrategie opstellen en vertalen naar een operationeel plan
- ✓ De mix van specifieke communicatieacties voor het web implementeren
- ✓ Uw webcommunicatieactiviteiten beheren en evalueren

Doelgroep

Communicatiedirecteuren, community managers en iedereen die betrokken is bij de implementatie van een digitale communicatiestrategie.

Voorafgaande vereisten

Geen speciale kennis vereist.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Discussies en feedback. Theoretische input, oefeningen en casestudies.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Communicatiedirecteuren, community managers en iedereen die betrokken is bij de implementatie van een digitale communicatiestrategie.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Geen speciale kennis vereist.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ... De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 Veranderingen in communicatie begrijpen

- Trends in internetcommunicatie: Web 2.0, Web 3.0, Web 4.0...
- De relationele logica van het web.
- Nieuw publieksgedrag: interactiviteit, nomadisme, directheid...

Groepsdiscussie

Collectieve reflectie en discussie over nieuw gedrag en verwachtingen van het publiek.

2 De rol van internet in communicatiestrategieën analyseren

- De digitale architectuur van het merk en de "Paid, Owned en Earned".
- Inzicht in de belangrijkste hefboomen: adverteren, inkoop van trefwoorden, natuurlijke verwijzingen, sociale netwerken, enz.
- Begrijp de synergieën tussen een wereldwijde strategie: de website en andere platforms (Facebook, X (voorheen Twitter)).
- Benchmarking van huidige digitale communicatiestrategieën.

Praktisch werk

Het uitvoeren van een SWOT-analyse van uw digitale communicatie.

3 Je digitale campagne ontwerpen

- Identificeer je verschillende doelgroepen, hun gebruik en behoeften.
- Bepaal precieze en haalbare doelstellingen voor het publiek.
- De meest relevante digitale hefboomen voor het publiek identificeren.
- De synergieën tussen deze verschillende hefboomen benutten.
- Financiële, personele en organisatorische budgetten toewijzen.

Praktisch werk

Stel een persona op en definieer een webmediaplan.

4 Profiteer van digitale creativiteit

- De impact van verhalen in digitale media: van crossmedia naar transmedia.
- Aanpassen aan verschillende formaten en apparaten.
- Maak optimaal gebruik van Big Data in je campagnes.
- De belangrijkste succesfactoren voor buzzmarketing.
- De belangrijkste stappen in webmediaplanning.

Praktisch werk

Een briefing voorbereiden voor een bureau.

5 Opvolging en meting van de doeltreffendheid van acties

- Sitegericht of gebruikersgericht? De juiste indicatoren kiezen.
- Welke maatregelen kunnen worden genomen voor e-reputatie?
- Leg de link tussen indicatoren en de gebruikerservaring.
- Controleer de prestaties met behulp van een effectief dashboard.

Praktisch werk

Opstellen van een monitoring dashboard en evaluatie perimeters.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

Opties

: 190€ HT

La certification DiGiTT® est en option lors de l'inscription à cette formation et s'articule en 3 étapes : le passage d'un Diag® avant la formation, l'accès à une digithèque permettant l'apprentissage des concepts et notions pour chaque compétence digitale, puis le passage de l'examen de certification. Celui-ci se compose d'un test de 90 min disponible en anglais et en français. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points (débutant, intermédiaire, avancé, expert). Le seul suivi de cette formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum à l'examen. La planification de ce dernier et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 2 apr., 28 mei, 15 okt., 17 dec.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 28 mei, 15 okt., 17 dec.