

Parcours certifiant Chargé de communication digitale

Certification ORSYS + certification DiGiTT® à distance, en option

Cours pratique - 11j - 77h00 - Réf. KCD

Prix : 5430 CHF H.T.

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 campagne e-mailing et des newsletters.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ 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

Public concerné

Chargés de communication, community managers et rédacteurs web.

Prérequis

Aucune connaissance particulière.

PARTICIPANTS

Chargés de communication, community managers et rédacteurs web.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

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

Méthodes pédagogiques

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

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Composition du parcours

Ce parcours est composé des modules suivants :

Réseaux sociaux, organiser le Community Management

Réf. CMA - 3 jours



4/5

Emailings et newsletters, concevoir et mettre en œuvre des campagnes

Réf. NEW - 2 jours



4/5

Réaliser ses vidéos professionnelles avec iPhone/iPad/Android

Réf. IPP - 1 jour



5/5

Rédiger pour le Web

Réf. CCW - 2 jours



4/5

Rédiger pour le mobile : captiver et s'adapter aux contraintes

Réf. RMB - 1 jour



4/5

Programme de la formation

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.

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 formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

• À l'issue de chaque formation 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 participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

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.
- Travailleur 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.

Options

Certification : 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.

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 23 mars, 20 mai, 20 mai, 12 oct., 12 oct.,
18 nov., 18 nov.