

Développer, construire et mettre en place une stratégie digitale

Proposé par Plotfox Production, organisme de formation enregistré sous le numéro 11756117775*1.

CONTACT : Plotfox Production - 22 rue Doudeauville 75018 Paris
Formateur : Filipe Goncalves (filipe.goncalves73@gmail.com) / 06 66 63 09 63
Référent pédagogique : Charlotte Faubert (contact@plotfox.fr) / 06 32 08 75 25
Référent administratif : Cécile Speich (contact@plotfox.fr) / 06 70 38 14 24

FORMAT : 18 h sur 3 jours

Le format est adaptable en fonction de la disponibilité des apprenants. La session peut être organisée sur une journée pleine, ou divisée en deux demi-journées.

DATE DE RÉALISATION : à définir

HORAIRES DE RÉALISATION : à définir

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS :

- la formation est organisée intra-entreprise et doit faire l'objet de la signature d'un contrat par l'entreprise commanditaire
- la formation doit être planifiée au moins 2 semaines à l'avance afin de permettre d'assurer la qualité de l'accueil et l'adaptation de la formation aux besoins spécifiques des apprenants
- l'entreprise se charge de contacter les collaborateurs-bénéficiaires pour qu'ils prennent part à l'ensemble des modules de la session de formation

TARIF (3000€ H.T.) inclus :

- La préparation de la formation : adaptation de l'ingénierie pédagogique en fonction du besoin + création des cas « mises en situation »
- L'animation de la formation
- La transmission et l'analyse des questionnaires d'évaluation

Public :

La formation s'adresse aux dirigeant.e.s et professionnel.le.s de la communication. Chaque session compte 10 participants maximum. Cette formation se place dans une dynamique de finalisation et d'aboutissement de la stratégie marque employeur. Le but de cette formation est de permettre aux professionnels de la communication et/ou RH de cibler des profils grâce aux outils digitaux actuels (Google, Facebook, LinkedIn)

¹ * Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Objectifs :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les leviers pour définir la stratégie digitale de leur projet / entreprise
- Élaborer et implémenter une stratégie digitale et le storytelling sur leurs réseaux sociaux
- Lancer des campagnes de marketing digital sur Facebook, Instagram et Google Ads afférentes à leur stratégie
- Déployer des actions avec leurs communautés afin de susciter de l'engagement et des conversions (ventes, streaming, abonnements...)

A l'issue de la formation, l'équipe doit être en capacité de s'appuyer sur ces bases de connaissances afin de créer une campagne digitale de recrutement de profils.

Organisation :

La formation aura lieu en présentiel, dans les locaux fournis par l'entreprise cliente.

Celle-ci mettra à disposition de l'animatrice une salle équipée d'un vidéoprojecteur et permettant de recevoir l'ensemble des stagiaires pour les temps de travail (chaises et bureaux pour chaque stagiaire).

Par impossibilité d'organiser la formation en présentiel, Plotfox s'engage à pouvoir organiser et animer les ateliers à distance via des outils dédiés (Zoom & Mural).

Modalités d'évaluation de la formation :

L'évaluation des compétences se fera par deux moyens :

- Lors de mises en situation, l'animateur vérifiera l'application des techniques présentées;
- Par un quizz qui permettra d'évaluer le niveau de connaissance avant VS après la formation : un court questionnaire sera adressé afin de mesurer la connaissance relative aux compétences en matière de marque employeur.

La satisfaction sera évaluée en deux temps

- **à chaud** : mesure des réactions des participants à l'issue de chaque module : satisfaction, motivation, feedback sur le contenu ou l'expérience
- **à froid** : mesure de la satisfaction et de l'impact de la formation via un formulaire envoyé 48H après la fin de la formation

Modalités pédagogiques

L'action de formation est rythmée par des temps d'apports théoriques et de mises en situations concrètes permettant d'illustrer, en pratique, ces bases théoriques de réflexion.

Modalités logistiques

Hébergement : l'hébergement est à la charge du stagiaire

Repas : le repas du midi est à la charge du stagiaire

Transports : les frais de déplacements sont à la charge du stagiaire

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous accueillons tout type de public et sans distinction.

Cependant, si vous êtes en situation de handicap, vous pouvez être amené à avoir besoin d'un accompagnement spécifique ou d'une aide adaptée.

Afin d'organiser votre venue dans les meilleures conditions et de nous assurer que les moyens de la prestation de formation peuvent être adaptés à vos besoins spécifiques, vous pouvez nous contacter au 06 32 08 75 25 ou par mail

contact@plotfox.fr

Nous trouverons des solutions pour vous accueillir au mieux.

Programme

Module 1 : Maîtriser les campagnes Business Manager

Construction d'un plan digital sous format Word pour le lancement d'une campagne digitale lors des 2 modules

Utilisation du business manager :

- Analyse des datas existantes sur le projet
- Choisir un objectif pour chaque campagne
- Quelle audience choisir ? Comment créer une audience + profil lookalike / similaire sur Facebook / Instagram ?
- Optimisation du budget et du calendrier et suivi de campagne
- Type de Contenu et message à diffuser + Call to action

Module 2 : Maîtriser les campagnes Google Ads

Présentation :

- Les possibilités de Google Ads
- Les Campagnes de recherche (achat de mots-clés)
- Campagnes display
- Sponsorisation sur Youtube de vidéos (Pré roll / Discovery / Mid roll...)

Comment lancer une campagne digitale :

- Lancement de campagne
- Création de bassins d'audiences sur Google Ads
- Reciblage sur Google ads
- Reciblage d'un bassin d'audience YouTube sur des sites diffusant des bannières (réseaux Google Display)
- Création d'audiences similaires / Profils lookalike

Module 3 : Storytelling, bonnes pratiques sur YouTube et engagement de l'audience

Construction d'un plan digital sous format Word pour le lancement d'une campagne digitale lors des 2 modules

Storytelling :

- Comment engager son audience ?
- Quel contenu utiliser ? Quelle fréquence de diffusion ?

Bonnes pratiques sur YouTube :

- Mots clés / Titres / Description : comment améliorer son référencement
- Outils : fiche / call to action / analyse des statistiques

Global :

- Présentation de la programmation et des nouveaux formats existants hors RS
- Comment créer une audience hors réseaux sociaux

Méthodes pédagogiques

Pédagogie active mêlant.

Apports théoriques comprenant des exemples concrets de bonnes pratiques mises en situation, exercices pratiques pour appliquer la théorie au cas concret du projet de la personne formée et lui permettre de poser les premières pierres de sa réflexion et de sa stratégie digitale.

Prérequis

- Connaître et maîtriser les principaux réseaux sociaux
- Connaître la notion de campagne digitale