

Les fondamentaux de la communication digitale

Comprendre l'impact des nouveaux médias sur les usages et attentes des cibles

Filière : **Transformation & Marketing digital** Sous-filière : **Marketing Digital**

RÉFÉRENCE
COMF01

DURÉE
2 JOURS (14H)

PRIX UNITAIRE HT
1 390 €

Description

Le digital a bousculé les schémas classiques de la communication. Communiquer à l'ère digitale nécessite une bonne compréhension de l'impact des nouveaux médias sur les usages et attentes des cibles, ainsi qu'une bonne utilisation des outils connectés. Cette formation vous permettra de maîtriser l'ensemble des techniques qui permettent de construire une stratégie de communication digitale efficace pour adresser le bon message, à la bonne cible, au bon moment, et sur le bon canal

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'évolution de la communication à l'ère du Digital
- Maîtriser les principaux leviers de la communication digitale
- Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication adaptée à ses cibles
- Développer la notoriété de sa marque

Public cible

Responsables marketing, marketing digital, chargés de communication BtoB

Pré-requis

Aucun

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'ateliers de mise en pratique des notions et concepts abordés pendant la formation.

OXiane Institut

98 avenue du général Leclerc
92100 Boulogne-Billancourt

RCS Nanterre 430 112 250 000 21 / Code NAF 6202A
Organisme de formation N° 11 92 16 52 492

Méthodes pédagogiques

60 % Théorie / 40 % Pratique

Programme de la formation

Comprendre l'impact du digital sur la communication

- Les fondements de la communication à l'ère du digital : Faire connaître, faire aimer, faire vendre...et engager
- Les fondamentaux d'un site web
- Les landing pages
- Les blogs
- Les réseaux sociaux

Révolution digitale et transformation des comportements clients

- Les nouveaux points de contacts
- Les parcours qui mènent à l'achat

Maîtriser les principaux leviers digitaux

- Le Own Media
- Le Paid Media
- Le Earned Media

Développer la présence de sa marque

- La publicité orientée « Branding »
- Le contenu de marque
- Le sponsoring de contenu
- L'influence via les médias sociaux

Acquérir de nouveaux clients

- La visibilité sur les moteurs : référencement gratuit et payant
- De la publicité à la performance
- L'e-mailing
- Les places de marché
- La recommandation Web 2.0

Nouveaux usages, nouveaux formats

- Les solutions d'adblocking et état des lieux des usages

OXiane Institut

98 avenue du général Leclerc
92100 Boulogne-Billancourt

RCS Nanterre 430 112 250 000 21 / Code NAF 6202A
Organisme de formation N° 11 92 16 52 492



- Des formats publicitaires moins intrusifs : native ads et social ads
- La prise en compte du multi-écran : synchronisation
- Les best practices des campagnes innovantes

Le mobile : l'interface unique ?

- Mobile only : où en sommes-nous vraiment ?
- Synchronisation TV/Mobile

Social : bonnes pratiques et dernières tendances

- Etat des lieux des plateformes existantes
- Découverte et analyse des nouveaux formats
- Cas pratique : construction d'une campagne Facebook innovante

Vidéo : le nouveau format roi ?

- Usages : état des lieux de la consommation vidéo en ligne
- Formats et modes d'achats de la vidéo
- Les ciblage vidéo : approche par le contenu ou par l'utilisateur ?

Les nouveaux modes d'achat : programmatique et data

- Fonctionnement de l'achat programmatique (TV / Web)
- Focus data : quelle source ? Faut-il utiliser sa propre DMP ?

Conclusion/Échanges

Qualité

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap, nous contacter en cas de besoin d'informations complémentaires.



Programme mis à jour le **29 février 2024**