



*Meras-Network est certifié qualité par ICPF & PSI*

## Programme « S'adapter à la communication digitale, une stratégie gagnante pour vos clients »

**3 jours – 21 heures**

*Pack Intra – 8 participants maximum*

### POUR QUI ?

Tout professionnel soucieux de s'adapter aux nouveaux usages de la communication digitale.

**PRE REQUIS** : aucun

### NOS +

Un angle à 360° de la communication et des cas pratiques pour répondre à vos attentes opérationnelles.

### > OBJECTIF :

Le développement du digital et de ses nouveaux usages a transformé en profondeur la manière de communiquer pour les entreprises. Le contenu, les messages, les mots, les canaux de diffusion, quels sont les codes à saisir de ce renouveau de la communication à l'ère du digital ? Quels pièges à éviter ? Quelles opportunités à saisir dans le cadre d'un parcours client efficace ?

*> Ce stage vous permettra de savoir élaborer et d'intégrer dans les médias sociaux, une stratégie de communication digitale efficace, d'acquérir des leviers pour une réussite optimale (publicités, liens avec blogs, communication de crise ...)*

### > PROGRAMME

#### La communication : panorama et objectifs

- Les fondamentaux de la communication : cibles, objectifs, messages, axes stratégiques.
- Les différents canaux de communication
- Interaction et travail avec les participants : connaître leurs priorités, leurs enjeux, leurs objectifs cette année ? Qui sont leurs publics/cibles (*que sait-t-on sur eux, valeurs et croyances*), leurs attentes et leur vision de la communication : quelles actions de communication les ont marqués ces derniers mois, pourquoi, sur quels sujets souhaitent-ils communiquer dans l'année qui vient ? Qu'attendent-ils de la communication ?

#### Focus sur la communication digitale

- Webmarketing, communication web et social media : tour d'horizon des tendances et des bonnes pratiques. Typologie des réseaux sociaux. Objectifs des réseaux et vocabulaire lié à leur utilisation, inbound et outbound marketing

- Identification de vos outils et actions de communication dans le digital : public cible, objectif / choix des supports et canaux
- Médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn
- Outils collaboratifs : google drive, google forms, slack
- Emailing et newsletter : éléments, écrire pour être vu (*soigner les contenus et le titre*)
- Utilisation des illustrations pour sa communication : les banques d'images, les formats spécifiques au web, les outils pour retravailler les images

#### Réaliser vos supports de communication clients

- Définir et élaborer votre communication avec vos clients. Bâter votre kit parcours clients :
  - . Trouver le meilleur moyen de communiquer avec vos clients à chaque étape de leur vie. Pour que chaque client soit votre meilleur client.
  - . Focus sur le titre et le texte dans vos messages. Écrire pour être visible et pour fidéliser vos clients et les faire agir.
  - . Rendre l'expérience client homogène quel que soit le canal.
  - . Adopter le bon ton et le bon message.
- Créer vos modèles de communication clients
- Mesurer pour piloter

> **VALIDATION DE LA FORMATION** : Remise d'une attestation de formation

#### Modalités d'évaluation :

- Questionnaire d'évaluation et bilan établis avant le début de stage pour chaque stagiaire
- Critères identiques pour l'évaluation de fin de formation.
- Bilan de fin de stage pour constater l'évolution de chaque stagiaire en fonction de ses capacités

> **MATERIEL PEDAGOGIQUE** : mise en pratique intensive sur ordinateur et vidéo-projection

> **ANIMATEURS** : Experts en stratégie de communication

#### > **SUPPORTS DE TRAVAIL**

Supports complémentaires téléchargeables sur un espace client dédié avec code d'accès

> **DELAI D'ACCES** : nous contacter

> **ACCESSIBILITE** : cliquez sur le logo

