



Médias

Définir sa stratégie de communication digitale

Analyser son environnement pour concevoir une communication efficace

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

La formation Définir sa stratégie de communication digitale permet de: Analyser le contexte (audit communication) Définir une stratégie de communication Décliner une stratégie en plan de communication

Publics concernés

Toute personne amenée à communiquer sur son activité et/ou ses services en interne ou en externe

Pré-requis

Aucun

Points forts

Atelier de conception d'une stratégie de communication d'un cas réel.
Accompagnement de premier niveau des projets de communication des stagiaires.
Grande diversité des outils de communication sera prise en compte : du site web aux réseaux sociaux en passant les outils 'print' et autres outils innovants (réalité virtuelle, augmentée, applications mobiles...)

FORMATEURS

Expert en stratégie de communication. Après plus de 20 années d'expériences en journalisme et en communication en France comme à l'étranger, Antoine Soubrier est consultant en stratégie de communication au service d'institutions publiques, d'entreprises ou d'associations. Incitant à prendre de la hauteur pour cerner les enjeux d'une communication efficace, il partage avec passion son expertise de terrain.

CONTENU

A partir d'un cas réel des participants ou d'un cas d'école représentatif :

- 1- Connaître les principes et les enjeux de la communication à l'heure du numérique
- 2- Analyser le contexte

- Etat des lieux
- Etude des besoins
- Préconisations
- Objectif
- Cible
- Message
- Choix des outils : quel outil en fonction du message, de la cible, des objectifs (quels outils pour quel besoin)
- Elaboration d'un calendrier global et propre à chaque outil
- Chronologie de mise en place des outils
- Répartition des rôles
- Budget
- Evaluation régulière du retour sur investissement (mesure, statistiques...) et accompagnement

Ecoute des différents acteurs

Rapport entre la vision interne et l'image perçue par l'extérieur

Forces et faiblesse de l'institut

Repérer les avantages de ses propres ressources matérielles

Objectifs

Moyens

Qu'est-ce qui peut être amélioré ?

Qu'est-ce qui doit être mis en place ?

- 3- Concevoir la stratégie

Une grande diversité des outils de communication sera prise en compte : du site web aux réseaux sociaux en passant les outils 'print' et autres outils innovants (réalité virtuelle, augmentée, applications mobiles...)

4- Décliner la stratégie en plan d'actions

5- Atelier collaboratif sur des cas amenés par les participants: définir son plan de communication

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Étude de cas et ateliers de mise en pratique.

MATÉRIELS UTILISÉS

- Salle multimédia.

POUR PROLONGER CETTE FORMATION

Comprendre le marché du Streaming (C01739)

Optimiser votre prise de parole en public (C01567)

Créer, organiser et diffuser en live sur le web (C01394)

Site web : campus.ina.fr

Réf: C01707

Catégorie

Fondamentaux

Votre conseiller de formation

Dominique Charlier 01 49 83 24 07 dcharlier@ina.fr

Durée

7 jours (14 heures)

Prix

1640 €

SESSIONS

Du 17 nov. 2025 au 19 nov. 2025 à INA / ISSY-LES-MOULINEAUX (21-23 RUE CAMILLE DESMOULINS ISSY-LES-MOULINEAUX) : 1640 € Du 16 juin 2025 au 18 juin 2025 à INA / ISSY-LES-MOULINEAUX (21-23 RUE CAMILLE DESMOULINS ISSY-LES-MOULINEAUX) : 1640 €

Mes notes :
