



## 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

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

- Etude des besoins

Objectifs

Moyens

- Préconisations

Qu'est-ce qui peut être amélioré ?

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

- 3- Concevoir la stratégie

- Objectif
- Cible
- Message

- Choix des outils : quel outil en fonction du message, de la cible, des objectifs (quels outils pour quel besoin)

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

- 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

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](http://campus.ina.fr)**

Réf: C01707

### **Catégorie**

Fondamentaux

### **Votre conseiller de formation**

Dominique Charlier 01 49 83 24 07 [dcharlier@ina.fr](mailto:dcharlier@ina.fr)

### **Durée**

7 jours (14 heures)

### **Prix**

1560 €

### **SESSIONS**

Du 18 nov. 2024 au 20 nov. 2024 à INA / ISSY-LES-MOULINEAUX ( 21-23 RUE CAMILLE DESMOULINS ISSY-LES-MOULINEAUX ) : 1560 € Du 17 juin 2024 au 19 juin 2024 à INA / ISSY-LES-MOULINEAUX ( 21-23 RUE CAMILLE DESMOULINS ISSY-LES-MOULINEAUX ) : 1560 €

---

**Mes notes :**

-----

-----

