

# Parcours certifiant Chargé de communication digitale

## certification DiGiTT® à distance, en option

Cycle certifiant Orsys de 11 jours - 77h  
Réf : KCD - Prix 2024 : 5 250€ HT

Ce cycle certifiant vous permettra de mieux appréhender les nouveaux médias digitaux. Vous apprendrez à organiser des communautés et à contrôler l'image que vous souhaitez diffuser. Vous découvrirez les spécificités de l'écriture pour le Web et pour le mobile et apprendrez comment rédiger, adapter, enrichir et optimiser les contenus en vue de faciliter la lecture, de fidéliser vos clients et visiteurs. Vous apprendrez également à réaliser des vidéos de qualité professionnelle avec un iPhone et à réaliser des campagnes e-mailing et des newsletters.

### Ce cycle est composé de :

- Réseaux sociaux, organiser le Community Management (Réf. CMA, 3 jours)
- Développer sa stratégie de communication sur Facebook (Réf. FBP, 1 jour)
- Emailings et newsletters, concevoir et mettre en œuvre des campagnes (Réf. NEW, 2 jours)
- Réaliser ses vidéos professionnelles avec iPhone/iPad/Android (Réf. IPP, 1 jour)
- Rédiger pour le Web (Réf. CCW, 2 jours)
- Rédiger pour le mobile : captiver et s'adapter aux contraintes (Réf. RMB, 1 jour)
- Certification Chargé de communication digitale (Réf. KID, 1 jour)

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux

Définir une ligne éditoriale et gérer les contenus publiés

Connaître et utiliser les techniques d'écriture pour le Web et pour le mobile

Maîtriser les techniques de réalisation d'une vidéo pour le Web avec un iPhone

Formaliser une stratégie de production et de diffusion de campagnes e-mailing et de newsletters

## LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 05/2020

### 1) Réussir sa stratégie social media

- Comprendre la mutation des modes de communication.
- Connaître les différents types et usages des réseaux sociaux.
- Identifier ses cibles et ses usages.
- Comprendre les impacts sur son organisation.

*Travaux pratiques : Faire le point sur l'e-réputation de son entreprise. Faire un état des lieux de sa présence et de son utilisation des réseaux sociaux.*

### PARTICIPANTS

Chargés de communication, community managers et rédacteurs web.

### PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

### MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

### ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

## 2) Gérer ses communautés

- Etablir des chartes internes et externes pour une bonne utilisation des réseaux sociaux.
- Elaborer et mettre en œuvre une stratégie d'influence.
- Social media planning : mettre en place une stratégie de communication multicanale.
- Créer des contenus visuels, améliorer son organisation et sa production.

*Travaux pratiques : Découverte et pratique de solutions de Social Media Management.*

*Exercices de gestion de communautés.*

## 3) Susciter l'engagement avec ses contenus

- Mettre en place des opérations d'animation et optimiser sa page Facebook.
- Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs.
- Améliorer la visibilité de ses publications.
- Gérer une crise sur Internet et les réseaux sociaux.
- Evaluer le ROI et la performance de ses actions.

*Travaux pratiques : Découverte de solutions d'animation de communautés. Optimisation de la rédaction et de la visibilité de ses publications. Création d'un tableau de bord de veille.*

## 4) Communiquer avec Facebook

- Créer et organiser une campagne publicitaire sur Facebook : paramétrages, ciblage, formats, emplacements, budget...
- Créer un jeu concours sur Facebook : règlementation, applications tierces...
- Diffuser un événement avec Facebook Live.
- Maîtriser les fonctions d'administration avancées de Facebook.

*Travaux pratiques : Utilisation des fonctions avancées d'administration de Facebook et d'outils de création de campagnes publicitaires et de concours.*

## 5) Rédiger pour le Web

- Connaître les spécificités de l'écriture pour le Web.
- Ecrire pour communiquer : communication produit, BtoB, institutionnelle, de crise...
- Ecrire pour être lu : proposer un contenu à valeur ajoutée, cohérent et adapté au discours.
- Ecrire pour être vu : la mécanique du référencement naturel.
- Définir une stratégie éditoriale.
- Travailler l'ergonomie et la lisibilité, adapter son style au Web.

*Travaux pratiques : Echanges et partages d'expériences. Ebauche d'une charte éditoriale.*

*Ecritures d'articles pour un site Web.*

## 6) Optimiser ses contenus

- Adapter et enrichir des contenus Web : Rich Media, visuels, vidéos, son...
- Scénariser son contenu : découpage et progression.
- Le Copywriting : rendre attractif les titres, sous-titres, intertitres et chapôs.
- Optimiser sa visibilité côté technique : code et balises html.

*Travaux pratiques : Adaptation et enrichissement de textes. Correction et amélioration de textes.*

## 7) Rédiger pour le mobile

- Concevoir une stratégie de contenu adaptée au mobile.
- Déterminer et hiérarchiser les contenus de son site mobile.
- Adapter les techniques de rédaction au Web mobile.

- Mettre en place des outils d'évaluation et définir les indicateurs.

*Travaux pratiques : Rédaction et rewriting de textes pour le mobile. Scénarisation de textes pour les adapter à un traitement multimédia.*

### 8) Réaliser une vidéo avec un iPhone

- Définir les objectifs d'une vidéo et les cibles à atteindre.

- Définir le cadre de captation, sélectionner les acteurs et préparer les moyens techniques.

- Réaliser une captation vidéo et son.

- Effectuer un montage avec iMovie.

- Importer, exporter et diffuser ses vidéos.

*Travaux pratiques : Réalisation de plusieurs captations vidéo en conditions réelles. Montage et diffusion via des réseaux sociaux.*

### 9) Concevoir des campagnes e-mailing et des newsletters

- Définir les objectifs et cibles de ses campagnes.

- Réaliser un cahier des charges.

- Organiser et gérer des contenus, définir sa ligne éditoriale.

- Rédiger : principes généraux, calibrage, relecture et validation.

*Travaux pratiques : Etude de newsletters et campagnes e-mailing existantes et analyse des bonnes pratiques.*

### 10) Diffuser sa newsletter et ses emails

- Collecter des adresses : location et achats de fichiers, actualisation et mise à jour de la base d'adresses...

- Diffuser une newsletter et des emails : mise en ligne, envoi, planning, rythme, relance, archivage...

- Evaluer et optimiser sa campagne et ses contenus.

- Connaître les nouvelles tendances des campagnes e-mailing : trigger marketing, vidéo...

*Travaux pratiques : Réalisation d'un projet de newsletter ou de brief de campagne pour une réalisation ultérieure ou externalisée.*

## LES DATES

---

Ce parcours est composé d'un ensemble de modules. Les dates indiquées ci-dessous correspondent aux premières sessions possibles du parcours.

#### CLASSE À DISTANCE

2024 : 17 juin, 25 sept., 18 déc.

#### PARIS

2024 : 10 juin, 18 sept., 18 déc.

#### LYON

2024 : 17 juin, 25 sept., 18 déc.

#### AIX-EN-PROVENCE

2024 : 17 juin, 25 sept., 18 déc.

#### BORDEAUX

2024 : 17 juin, 25 sept., 18 déc.

#### LILLE

2024 : 17 juin, 25 sept., 18 déc.

#### NANTES

2024 : 17 juin, 25 sept., 18 déc.

#### SOPHIA-ANTIPOLIS

2024 : 17 juin, 25 sept., 18 déc.

#### STRASBOURG

2024 : 17 juin, 25 sept., 18 déc.

#### TOULOUSE

2024 : 17 juin, 25 sept., 18 déc.