

retengr

Parcours Formations Chargé de Com Digi

Durée : 1.5 jours



Méthode pédagogique

Une évaluation à chaud sera proposée au stagiaire à la fin du cours.

Un support de cours (version électronique) sera remis à chaque participant comprenant les slides sur la théorie, les exercices.

Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de présence de connexion pour chaque participant.

Enfin, une attestation de formation sera envoyée si le stagiaire a bien assisté à la totalité du parcours.

En ce qui concerne le matériel informatique du stagiaire, il est seulement préconisé un ordinateur et une connexion internet. Nous nous chargeons du reste.

Cette formation peut être animée en présentiel, distanciel ou hybride.

Les formateurs

Les formateurs seront au nombre de 5 pour animer ce parcours de 10 jours. Ils sont tous experts dans leur domaine et interviennent sur leurs sujets depuis plusieurs années en formation mais aussi en missions opérationnelles.

Dotés d'une grande qualité d'écoute, leur pédagogie et leurs compétences techniques vous permettront d'acquérir les connaissances sur le métier de chargé de communication.

Ils alterneront théorie et pratique et retours d'expérience terrain.

Durée

10 jours (70 heures), à répartir sur une période d'un mois.

Présentation

Ce parcours de formation complet prépare au métier de chargé de communication digitale. Il couvre les réseaux sociaux, la création de contenu vidéo et la stratégie de communication Inbound.



Objectifs

- Maîtriser la communication sur les réseaux sociaux
- Gérer sa e-réputation
- Concevoir et créer des vidéos avec un smartphone
- Définir une stratégie de communication digitale basée sur l'Inbound

Audience

Managers

Le formateur

Le formateur est un expert du domaine qui intervient sur le sujet depuis plusieurs années en formation mais aussi en conseil.

Pré-requis

Aucune connaissance particulière.

Les participants doivent venir avec leur matériel, de préférence un iPhone ou un iPad. Dans le cas d'appareil android, la formation pourra tout de même être suivie. Du fait de la très grande diversité des appareils android, Il faudra en effet prévenir le formateur à l'avance.



Programme

Communiquer avec les réseaux sociaux - Gérer sa e-reputation - 3 Jours [3.5h]

- Découverte et utilisation des différents réseaux sociaux, présentation des Réseaux Sociaux (Facebook/Instagram/LinkedIn/Snapchat/TikTok/Twitter/Youtube/GoogleMyBusiness)
- - Chiffres clés, profils d'utilisateurs, où sont vos clients ?
- - Profils, pages entreprise, comprendre les différences et les optimiser
- - Posts, stories, reels, comprendre les différences et les optimiser
- Pratique :
- Des ateliers pour faire le point sur l'utilisation et la présence sur les réseaux de votre entreprise
- Mettre en place une stratégie digitale pour développer votre e-réputation, créer du contenu pertinent, diversifier et adapter à votre sphère professionnelle
- - Respecter votre charte graphique, votre charte éditoriale et votre image de marque
- - Apprendre à créer une stratégie de hashtags
- - Planning, quand poster, et comment s'organiser
- - Créer une campagne publicitaire efficace, maîtriser son budget
- - Analyser les résultats, les comprendre et améliorer vos performances
- - Les clés pour animer vos réseaux et engager votre communauté
- Pratique :
- Ateliers, mises en situation et QCM



Concevoir et créer des vidéos avec un iPhone et iPad - 2 Jours [3.5h]

- Modalités pratiques durant ces 2 jours de formation : Réalisation de vidéos pour les réseaux sociaux de type Interview, Aftermovie, Reportage, Packshot...
- 1 - Préparation d'un tournage - la Pré-production, connaître les supports de communication vidéo : interview, reportage, aftermovie ..., découverte des différentes techniques vidéo : film, motion design, stop motion..., définir les objectifs et les cibles d'une vidéo, rédiger un court scénario ou Pitch de vidéo, concevoir un découpage technique pour des vidéos courtes, connaître les caractéristiques d'une vidéo : format, définition, vitesse..., découvrir et préparer les équipements techniques, préparer une interview et son intervenant.
- Pratique :
- Réaliser le scénario et/ou Pitch d'une vidéo destinée aux réseaux sociaux (Échanges sur les réalisations des participants).
- 2 - Réalisation du tournage - Production, connaître ses outils de captation et ses caractéristiques techniques, choisir l'emplacement adapté au tournage, découvrir différentes techniques de tournage : statique, dynamique, fond vert..., connaître les notions de plans et de mouvements, choisir la bonne composition de l'image, réaliser une interview : composition, éclairage, captation sonore..., réaliser un aftermovie : plans principaux, plans d'illustrations ...
- Pratique :
- Réaliser différents types de captation : interview, aftermovie ... (Échanges sur les réalisations des participants).
- 3 - Post production - montage vidéo avec iMovie, découvrir l'outil de montage vidéo : iMovie sur iPhone ou iPad, importer des rushes vidéo, réaliser un montage vidéo à l'aide de la timeline de iMovie, choisir et utiliser des transitions et des effets, gérer le son et en connaître son importance, éditer les titres, exporter une vidéo
- Pratique : Réalisation de montages vidéo à partir de rushes réalisés lors de la formation ou fournis par le formateur (Échanges sur les réalisations des participants).
- 4 - Diffusion d'une vidéo, utilisation de YouTube pour la diffusion de vidéo, diffuser ses vidéos sur les réseaux sociaux principaux : Facebook, LinkedIn, Instagram..., connaître les droits à l'image et les droits d'auteur



- Pratique :
- Transfert d'une vidéo sur la plateforme YouTube et diffusion sur les réseaux sociaux.

Stratégie de communication digitale basée sur l'Inbound - 5 Jours [3.5h]

- Les bases de l'inbound marketing : Attirer et vendre en utilisant des leviers digitaux, les leviers de l'inbound :
- * Générer du trafic qualifié sur des points de présence optimisés : display, social ads, SEA, SEO, emailing marketing
- * Content Marketing : savoir rédiger des contenus qui convertissent et Google friendly
- * Lead nurturing : savoir capter du trafic sur des landing pages optimisées
- * Conversion : utiliser le digital pour la vente en ligne et en point de vente physique (phygital)
- * Fidélisation : engager ses clients avec le digital (newsletter, communauté d'acheteurs, ...)
- Pratique :
- Ateliers pour élaborer une stratégie inbound sur la base d'un cas pratique

Modalités et délais d'accès à la formation

Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation, en interentreprises, dans la limite des places disponibles. Pour les formations organisées en intra entreprise, la liste des participants peut être modifiée jusqu'à 24h ouvrées avant le début de la formation.



Accessibilité

RETENGR facilite l'accessibilité de ses formations.

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Si vous avez un besoin d'accès spécifique, contactez Céline BOURREIL (celine.bourreil@retengr.com) qui étudiera avec Handifiel's (notre référent handicap) votre demande et vous proposera les meilleures solutions

The background is a vibrant, abstract composition. It features large, overlapping organic shapes in shades of purple, yellow, and red. On the right side, there is a pattern of small yellow dots arranged in a grid that tapers off towards the top. In the lower half, there are more shapes, including a light pink circle and a purple shape with a teal section. A dashed blue line with a circular loop is also visible in the lower left.

**Vous allez nous adorer si
comme nous vous pensez que...**

Une formation doit être au service de la performance du collaborateur et de l'entreprise

Ceci nécessite une quête constante d'excellence de la part de l'organisme formateur avec une adaptation systématique aux enjeux de l'entreprise, la mise à jour régulière des supports de cours et une veille technologique indispensables pour toujours être à la pointe du domaine.



L'expertise technique est aussi importante que les qualités pédagogiques



Nos formateurs sont tous des experts de leur domaine. Mais qu'ont-ils de plus que les autres ? Nous les sélectionnons en plus pour leurs qualités de pédagogue et leurs méthodes d'enseignements. Nous plaçons les qualités pédagogiques au même niveau que l'expertise afin que nos stagiaires tirent le meilleur de leurs formations.

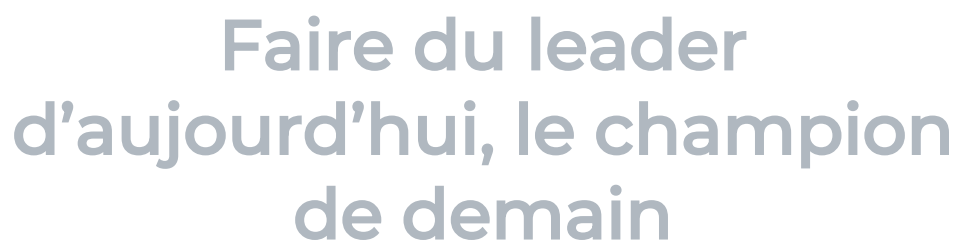
L'excellence naît de l'excellence

Beaucoup de nos clients se classent parmi les leaders de leurs industries respectives ou parmi les start-ups les plus prometteuses. Nous savons que former les collaborateurs de telles entreprises nécessite de prêter attention à chaque détail en prodiguant un accompagnement à la hauteur de l'ambition de nos stagiaires. C'est pourquoi nous savons faire des leaders d'aujourd'hui les champions de demain !





retengr



Faire du leader
d'aujourd'hui, le champion
de demain