



PROGRAMME

Objectifs

Savoir valoriser et optimiser les outils de la communication digitale.
Savoir analyser et synthétiser l'information pour l'intégrer au plan média.
Savoir argumenter et présenter un projet média.

Public concerné

Community managers,
responsables marketing digital,
chef de projets marketing,
responsables ou chargé(e)s de communication.

Pré-requis

Expérience dans le marketing ou la communication Aptitudes rédactionnelles Bonnes connaissances des médias et réseaux sociaux

Durée : **7 jr(s)**

gestion d'un projet de communication digitale

- Définir la mission ;
- Concevoir et structurer un plan de communication internet ;
- Planifier la mise en œuvre ;
- Mettre à jour ses connaissances web marketing, faire une veille efficace ;
- Méthodes Agiles ;
- Elaborer un budget ;
- Défendre un projet de communication digitale.

Techniques de rédaction pour le web

- Exploiter les spécificités des média web ;
- Typologie des sites ;
- Organiser l'information : modes d'écriture hypermédia, documents en ligne ;
- Définir la ligne éditoriale ;
- Prendre en compte la logique de navigation et les habitudes de lecture sur le web ;
- Tenir compte des moteurs de recherche, du référencement et des balises HTML.