

## S2-ÉLABORER SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE



Communication  
for Development

Communiquer passe aujourd'hui en partie par les activités de communication numérique. Comment intégrer au mieux son site web, ses bulletins, ses réseaux sociaux etc. dans la stratégie globale de communication ?

Comment mettre en œuvre ces outils pour favoriser leur impact ?

Une meilleure connaissance des outils numériques vous permettra de renforcer la stratégie globale de votre organisation.



### OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Concevoir une stratégie et un plan de communication électronique ;
2. Connaître les ressources pour les mettre en place ;
3. Savoir développer sa présence sur les médias sociaux ;
4. Disposer d'outils pour en évaluer l'impact.

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout communicateur, chargé de projet ou cadre souhaitant mettre en œuvre et suivre des activités de communication numérique.

### PRÉ-REQUIS

Maîtrise de l'informatique et d'internet.

### DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE

Alternance de théorie, d'exemples pratiques issus d'actions de solidarité internationales et d'exercices pratiques appliqués aux projets des stagiaires.

Un support de formation est distribué.

### PROGRAMME

1. **La place du numérique dans la communication**
2. **Les caractéristiques de la communication numérique**
  - La production numérique
  - Les publics du numérique
  - Outils et activités
3. **Ecrire une stratégie et un plan de communication numérique**
  - Les étapes
  - Les rapports
4. **La mise en place du plan de communication numérique**
  - Les ressources humaines
  - Le planning
  - Le budget
5. **Le suivi des activités du plan de communication numérique**
  - Les indicateurs et les outils
  - La mise en œuvre du suivi

#### FORMATEURS

Gilles Mersadier ou Eric Bernard

#### DUREE

2 Jours

#### PRIX

1500€ en intra

280 €/Jour/pers. en Inter

#### NOMBRE DE PLACES

1-12.

5-12