

## DOMAINE « MARKETING COMMUNICATION DIGITALE »

---



**CONSULTEZ EN DETAIL LES PROGRAMMES**



# DIGITAL ET E.COMMERCE

## OBJECTIFS :

- Maîtriser les dernières tendances stratégiques en matière de e-commerce
- Connaître les facteurs clés de succès d'un site e-commerce et application mobile
- Intégrer les étapes clés pour piloter un projet e-commerce, fidéliser les clients existants et en attirer de nouveaux

## PROGRAMME :

Maîtriser les dernières tendances stratégiques en matière de e-commerce pour choisir ou optimiser le positionnement numérique de son offre

- L'importance de l'expérience utilisateur et l'UX design
- Les différents business model e-commerce
- L'importance de l'Unique Selling Proposition
- Les principaux modèles de distribution logistique
- Les choix possibles en matière de plateforme technique
- La création d'un blog lié à son site marchand
- La stratégie Push et Pull d'acquisition de trafic
- La personnalisation de la relation client

Mettre en place un audit stratégique et définir les étapes-clé pour piloter son projet e-commerce

- Audit et SWOT de votre relation client stratégique, éditorial et technique de votre plateforme digitale et mise en œuvre d'une plateforme digitale performante
- Audit et SWOT de votre relation client digitale.
- Analyse et recommandations sur des axes d'optimisation.



**Public :** Toute personne souhaitant mettre en place un site e-commerce.

**Pré requis :** Connaissance des fondamentaux du marketing

**Modalités pédagogiques :**  
Approche méthodologique, propre au marketing digital d'un site.  
Alternance de phases théoriques et pratiques, avec un participant rendu acteur et une formation dynamique et sur-mesure en fonction des problématiques et enjeux de votre entreprise. Formation illustrée de nombreux exemples et exercices actualisés. Remise d'une boîte à outils du digital marketing.

**Moyen d'encadrement :**  
L'animation est assurée par des consultants praticiens de l'entreprise

**Modalités d'évaluation :**  
Mise en situation

**Validation :**  
~ Certificat de réalisation et attestation des acquis  
~ CCE (en option) nous contacter

**Modalités d'obtention de la certification :** épreuve écrite ou constitution d'un portefeuille de preuves

 CERTIFICATEUR : CCI FRANCE

## ORGANISATION

**Durée :** 1 jour

**Conditions tarifaires :** nous contacter ou consultable : <https://www.facmetiers91.fr/formation-continue/les-formations/>

**Lieu :** FDME / en entreprise

**Délais d'accès :** 2 à 4 semaines

**Modalités d'accès :** pré-inscription  
→ 01 60 79 74 21  
→ [formation.continue@fdme91.fr](mailto:formation.continue@fdme91.fr)

## ACCESSIBILITE

**aux personnes en situation de handicap**

Site et formations accessibles\* aux personnes en situation de handicap ou situations pénalisantes ponctuelles, contactez le référent handicap : [mission.handicap@fdme91.fr](mailto:mission.handicap@fdme91.fr)

*\*des aménagements pourront être nécessaires le cas échéant sur demande de l'intéressé*

# DIGITAL ET STRATEGIE MARKETING

## OBJECTIFS :

Construire sa relation clients et son CRM, développer ou approfondir sa réflexion sur l'intégration d'Internet dans une stratégie de communication globale, savoir intégrer les canaux on et off-line, concevoir des stratégies de communication cross-média et multicanales efficaces, développer les synergies entre les médias, piloter la performance des dispositifs de communication plurimédia

## PROGRAMME :

Développer ou approfondir sa réflexion sur l'intégration d'Internet dans une stratégie de communication globale pour optimiser le positionnement numérique de son offre

- Les atouts de chaque media
- Le Web : canal, plate-forme, média
- Activer les leviers numériques pertinents
- Trouver l'équilibre entre les différents canaux
- Acheter efficacement le média internet
- Quelle stratégie multi-écrans, multi devices choisir
- Les principaux cibpages : socio-démo, comportemental, contextuel...
- Les étapes clés du médiaplanning web

Mettre en place un audit de marketing stratégique et définir les étapes-clé pour piloter la performance des dispositifs de communication

- Exercice pratique sur votre stratégie marketing en prenant en compte vos problématiques.
- Audit et SWOT de votre stratégie marketing
- Analyse, recommandations et axes d'optimisation.



**Public :** Toute personne ayant à gérer une stratégie de marketing digital

**Pré requis :** Connaissance des fondamentaux du marketing

### Modalités pédagogiques :

Approche méthodologique, propre au marketing digital d'un site. Alternance de phases théoriques et pratiques, avec un participant rendu acteur et une formation dynamique et sur-mesure en fonction des problématiques et enjeux de votre entreprise. Formation illustrée de nombreux exemples et exercices actualisés. Remise d'une boîte à outils du digital marketing.

### Moyen d'encadrement :

L'animation est assurée par des consultants praticiens de l'entreprise

### Modalités d'évaluation :

Mise en situation

### Validation :

~ Certificat de réalisation et attestation des acquis

~ CCE (en option) nous contacter

### Modalités d'obtention de la certification :

épreuve écrite ou constitution d'un portefeuille de preuves

 CERTIFICATEUR : CCI FRANCE

## ORGANISATION

**Durée :** 2 jours

**Conditions tarifaires :** nous contacter ou consultable : <https://www.facmetiers91.fr/formation-continue/les-formations/>

**Lieu :** FDME / en entreprise

**Délais d'accès :** 2 à 4 semaines

**Modalités d'accès :** pré-inscription

→ 01 60 79 74 21

→ [formation.continue@fdme91.fr](mailto:formation.continue@fdme91.fr)

## ACCESSIBILITE

### aux personnes en situation de handicap

Site et formations accessibles\* aux personnes en situation de handicap ou situations pénalisantes ponctuelles, contactez le référent handicap : [mission.handicap@fdme91.fr](mailto:mission.handicap@fdme91.fr)

\*des aménagements pourront être nécessaires le cas échéant sur demande de l'intéressé

# DIGITAL ET DATA/WEB ANALYTICS

## OBJECTIFS :

- Créer ses indicateurs de pilotage et outils de reporting
- Diagnostiquer ses actions et outils de communication
- Acquérir la boîte à outils du communicant
- Mettre en place son tableau de bord et savoir l'exploiter

## PROGRAMME :

### Créer ses indicateurs de pilotage et outils de reporting

- Rôle et place des outils de pilotage dans le management d'un service communication
- Quand mesurer ses actions de communication et auprès de qui
- Structurer l'outil de pilotage de son service communication en fonction de ses objectifs et de son organisation
- Fixer le budget alloué à ses actions d'évaluation et de mesure
- Comment sélectionner les indicateurs de pilotage pertinents

### Mettre en place un audit des données clients, élaborer son tableau de bord et l'exploiter

- Exercice pratique sur la gestion et l'exploitation de ses données.
- Audit et SWOT de ses données clients
- Analyse, recommandations et axes d'optimisation à travers l'exploitation des outils CRM et Google Analytics

**Public :** Responsable de communication, responsable marketing, responsable des sites internet

**Pré requis :** Connaissance des fondamentaux du marketing

### Modalités pédagogiques :

Approche méthodologique, propre au marketing digital d'un site.

Alternance de phases théoriques et pratiques, avec un participant rendu acteur et une formation dynamique et sur-mesure en fonction des problématiques et enjeux de votre entreprise. Formation illustrée de nombreux exemples et exercices actualisés.

### Moyen d'encadrement :

L'animation est assurée par des consultants praticiens de l'entreprise

### Modalités d'évaluation :

Mise en situation

### Validation :

~ Certificat de réalisation et attestation des acquis

~ CCE (en option) nous contacter

### Modalités d'obtention de la

**certification :** épreuve écrite ou constitution d'un portefeuille de preuves



CERTIFICATEUR : CCI FRANCE



## ORGANISATION

**Durée :** 1 jour

**Conditions tarifaires :** nous contacter ou consultable : <https://www.facmetiers91.fr/formation-continue/les-formations/>

**Lieu :** FDME / en entreprise

**Délais d'accès :** 2 à 4 semaines

**Modalités d'accès :** pré-inscription

→ 01 60 79 74 21

→ [formation.continue@fdme91.fr](mailto:formation.continue@fdme91.fr)

## ACCESSIBILITE

**aux personnes en situation de handicap**

Site et formations accessibles\* aux personnes en situation de handicap ou situations pénalisantes ponctuelles, contactez le référent handicap : [mission.handicap@fdme91.fr](mailto:mission.handicap@fdme91.fr)

\*des aménagements pourront être nécessaires le cas échéant sur demande de l'intéressé

# CONCEVOIR SON PLAN DE COMMUNICATION

## OBJECTIFS :

Connaître et appliquer les principes d'un plan de communication réussi, mener un diagnostic interne et externe, acquérir les méthodologies pour conduire les actions de communication adaptées aux objectifs et à la cible de son entreprise, contrôler et suivre les actions

## PROGRAMME :

### Connaître et appliquer les principes d'un plan de communication réussi

- L'utilité du plan de communication
- La cohérence entre la communication externe et interne

### Mener un diagnostic interne et externe

- Evaluer la stratégie générale et la stratégie de communication
- Analyser les forces et faiblesses
- Identifier la culture et la personnalité de l'entreprise
- Recenser et évaluer les publics externes et internes

### Acquérir les méthodologies pour conduire les actions de communication adaptées aux objectifs et à la cible de son entreprise

- Définir les objectifs en fonction des cibles
- Choisir les messages
- Choisir les outils en interne : intranet, livret d'accueil, journal et autres
- Choisir les outils en externe : publicité, salons, mailing et autre
- Evaluer les coûts et préparer le budget
- Effectuer les arbitrages
- Hiérarchiser les actions à court et moyen terme
- Valider le plan de communication

### Contrôler et suivre les actions

- Créer des tableaux de bord, fiches actions, plannings
- Evaluer les résultats et ajuster les actions le cas échéant
- Suivre le budget et préparer le plan suivant

**Public :** Tout collaborateur chargé de la communication de son entreprise

**Pré requis :** aucun

### Modalités pédagogiques :

Pédagogie interactive s'appuyant sur le vécu des stagiaires. Apports sur les concepts et outils. Mises en situation, travaux en sous-groupe

### Moyen d'encadrement :

L'animation est assurée par des consultants praticiens de l'entreprise

### Modalités d'évaluation :

Mise en situation

### Validation :

Certificat de réalisation et attestation des acquis

## ORGANISATION

**Durée :** 3 jours

**Conditions tarifaires :** nous contacter ou consultable : <https://www.facmetiers91.fr/formation-continue/les-formations/>

**Lieu :** FDME / en entreprise

**Délais d'accès :** 2 à 4 semaines

**Modalités d'accès :** pré-inscription

→ 01 60 79 74 21

→ [formation.continue@fdme91.fr](mailto:formation.continue@fdme91.fr)

## ACCESSIBILITE

### aux personnes en situation de handicap

Site et formations accessibles\* aux personnes en situation de handicap ou situations pénalisantes ponctuelles, contactez le référent handicap : [mission.handicap@fdme91.fr](mailto:mission.handicap@fdme91.fr)

\*des aménagements pourront être nécessaires le cas échéant sur demande de l'intéressé

# LES RESEAUX SOCIAUX AU SERVICE DE L'ENTREPRISE

## OBJECTIFS :

Comprendre le fonctionnement des différents réseaux sociaux et définir sa stratégie, intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie, animer et développer son réseau, maîtriser la boîte à outils du community manager

## PROGRAMME :

### Comprendre le fonctionnement des différents réseaux sociaux et définir sa stratégie

- Repérer les différents types de réseaux sociaux (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube ...)
- Identifier les règles de communication propres à chaque media
- Comprendre les nouvelles interactions possibles avec les réseaux sociaux
- Connaître les opportunités et dangers des réseaux sociaux
- Le webdesign

### Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie

- Déterminer des objectifs clairs d'utilisation
- Repérer les différents codes des réseaux sociaux
- Identifier le public cible
- Définir une politique claire d'utilisation des réseaux sociaux
- Choisir un réseau adapté à l'image et la stratégie de l'entreprise
- Définir la ligne éditoriale : planification éditoriale, contributeurs, typologie des contenus

### Animer et développer son réseau

- Créer une identité numérique propre à l'entreprise
- Clarifier les notions de droit à l'image
- Savoir modérer les interactions, commentaires et assurer la relation client
- Savoir quoi dire et à quelle fréquence
- Communiquer les informations et les événements de l'entreprise
- Effectuer des recrutements
- Chercher des partenaires et fournisseurs
- Organiser des événements
- Contrôler sa e.réputation par la veille
- Mettre en forme l'information : outils graphiques et création de contenu
- Suivre la performance de ses actions : outils statistiques et suivi des critères qualitatifs et quantitatifs des performances
- Faire connaître ses pages et accroître sa communauté : publicité sponsorisée, partenariats, influence...

### Maîtriser la boîte à outils du community manager

- Tour d'horizon des outils de veille, contenu, publication...

**Public :** Responsables ou chargés de communication. Responsables ou chargés de marketing

**Pré requis :** aucun

### Modalités pédagogiques :

Nombreux apports théoriques suivis d'exemples. Ateliers de réflexion. Mises en situation à l'aide d'exercices de simulation

### Moyen d'encadrement :

L'animation est assurée par des consultants praticiens de l'entreprise

### Modalités d'évaluation :

Mise en situation

### Validation :

Certificat de réalisation et attestation des acquis

## ORGANISATION

**Durée :** 2 jours

**Conditions tarifaires :** nous contacter ou consultable : <https://www.facmetiers91.fr/formation-continue/les-formations/>

**Lieu :** FDME / en entreprise

**Délais d'accès :** 2 à 4 semaines

**Modalités d'accès :** pré-inscription

→ 01 60 79 74 21

→ [formation.continue@fdme91.fr](mailto:formation.continue@fdme91.fr)

## ACCESSIBILITE

### aux personnes en situation de handicap

Site et formations accessibles\* aux personnes en situation de handicap ou situations pénalisantes ponctuelles, contactez le référent handicap : [mission.handicap@fdme91.fr](mailto:mission.handicap@fdme91.fr)

\*des aménagements pourront être nécessaires le cas échéant sur demande de l'intéressé

# SOCIAL SELLING

## OBJECTIFS :

Maitriser les enjeux du social selling. Cartographier vos prospects qualifiés. Construire son Personal Branding. Déterminer sa stratégie INBOUND MARKETING. Développer sa prospection. Mettre en place de la veille. Évaluer la performance de ses actions

## PROGRAMME :

### WORKSHOP 1 : Maitriser les enjeux du social selling

- La transformation digitale des forces commerciales
- Les nouvelles compétences du commercial 2.0
- Le rôle du digital dans la décision d'achat

### WORKSHOP 2 : Cartographier ses prospects qualifiés

- Identifier les besoins, motivations de son marché et de ses clients sur le web
- Repérer et saisir toutes les opportunités de contact et de business
- Repérer les influenceurs, leaders, prescripteurs, ambassadeurs de son entreprise sur les médias sociaux

### WORKSHOP 3 : Construire son personal branding

- Créer et développer un profil attractif
- Adoptez le ton adapté et utiliser la bonne sémantique (mots clés...)
- Devenir un expert reconnu sur son marché

### WORKSHOP 4 : Déterminer sa stratégie inbound marketing

- Définir une stratégie éditoriale (thèmes, sujets, ton, format...)
- Publier du contenu pertinent au bon moment et aux bonnes personnes
- Choisir une fréquence de publication

### WORKSHOP 5 : Développer sa prospection

- Commenter, partager sur des profils influents
- Adopter le networking
- Approcher les prospects via les réseaux et outils LinkedIn
- Élargir sa base prospects en tenant compte de critères précis

### WORKSHOP 6 : Mettre en place la veille

- Mettre en place une veille stratégique sur son environnement interne et externe
- Les solutions de veille automatisée.
- Les solutions de ciblage de prospects.

### WORKSHOP 7 : Evaluer la performance de ses actions

- Définir ses KPI's afin de mesurer la performance de ses actions

### Public :

Commerciaux, technico-commerciaux

**Pré requis :** Connaissance de la bureautique

### Méthodes pédagogiques :

Alternance d'apports théoriques, échanges, analyse de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises, co-construction, à travers 7 ateliers thématiques

### Moyen d'encadrement :

L'animation est assurée par des consultants praticiens de l'entreprise

### Modalités d'évaluation :

Mise en situation

### Validation :

Certificat de réalisation et attestation des acquis

## ORGANISATION

**Durée :** nous contacter

**Conditions tarifaires :** nous contacter

**Lieu :** FDME / en entreprise

**Délais d'accès :** 2 à 4 semaines

**Modalités d'accès :** pré-inscription

→ 01 60 79 74 21

→ [formation.continue@fdme91.fr](mailto:formation.continue@fdme91.fr)

## ACCESSIBILITE

**aux personnes en situation de handicap**

Site et formations accessibles\* aux personnes en situation de handicap ou situations pénalisantes ponctuelles, contactez le référent handicap : [mission.handicap@fdme91.fr](mailto:mission.handicap@fdme91.fr)

\*des aménagements pourront être nécessaires le cas échéant sur demande de l'intéressé

# REFERENT CYBERSECURITE EN TPE/PME

## OBJECTIFS :

Maîtriser les enjeux de la cybersécurité pour l'entreprise et utiliser les outils nécessaires pour protéger des informations sensibles sur les différents réseaux

## PROGRAMME :

### MODULE 1 – Cybersécurité : notions de bases, enjeux et droit commun

- Définitions
- Les enjeux de la sécurité des SI
- Les propriétés de sécurité
- Aspects juridiques et assurantiels
- Le paysage institutionnel de la cybersécurité

### MODULE 2 – L'hygiène informatique pour les utilisateurs

- Connaître le SI et ses utilisateurs
- Identifier le patrimoine informationnel de son ordinateur
- Maîtriser le réseau de partage de documents
- Mettre à niveau les logiciels
- Authentifier l'utilisateur
- Nomadisme/problématiques liées au BYOD

### MODULE 3 – Gestion et organisation de la cybersécurité

- Présentation des publications/recommandations
- Présentation des différents métiers de l'informatique
- Méthodologie pédagogique pour responsabiliser et diffuser les connaissances ainsi que les bonnes pratiques internes
- Maîtriser le rôle de l'image et de la communication dans la cybersécurité
- Actualisation du savoir du référent en cybersécurité
- Méthodologie d'évaluation du niveau de sécurité
- Gérer un incident/procédures judiciaires

### MODULE 4 – Protection de l'innovation et cybersécurité

- Les modalités de protection du patrimoine immatériel de l'entreprise
- Droit de la propriété intellectuelle lié aux outils informatiques
- Cyber-assurances
- Cas pratiques

### MODULE 5 – Administration sécurisée du SI interne d'une entreprise

- Analyse de risque
- Principes et domaines de la SSI afin de sécuriser les réseaux internes
- Détecter un incident
- Gestion de crise
- Méthodologie de résilience de l'entreprise
- Traitement et recyclage du matériel informatique en fin de vie
- Aspects juridiques

**Public :** Dirigeant, cadre, responsable informatique ou tout autre collaborateur en charge de la sécurité des SI

**Pré requis :** Connaissance de base en informatique. Il est recommandé d'avoir des compétences sur l'organisation d'un système informatique

### Modalités pédagogiques :

Alternance d'apports théoriques et pratiques. Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

### Moyen d'encadrement :

L'animation est assurée par des consultants praticiens de l'entreprise

### Modalités d'évaluation :

Les évaluations sont réalisées sur support informatique et sont de type QCM et exercice de mise en situation individuelle ou en groupe visant à caractériser une ou plusieurs situations et à évaluer la capacité des stagiaires à formuler des réponses adéquates ou à poser des diagnostics pertinents. Le candidat doit valider 70% des objectifs sur les 2 épreuves. Le jury de certification, composé a minima de 2 personnes n'ayant pas formé les participants, statue sur la validation de la certification

### Validation :

~ Certificat de réalisation et attestation des acquis

~ Certificat de Compétences (en option) nous contacter

☞ SUITE PAGE SUIVANTE

 CERTIFICATEUR : CCI FRANCE

☞ SUITE PROGRAMME REFERENT CYBERSECURITE EN TPE/PME

**MODULE 6 – La cybersécurité des entreprises ayant externalisé tout ou partie de leur SI**

- Les différentes formes d'externalisation
- Comment choisir son prestataire de service ?
- Aspects juridiques et contractuels

**MODULE 7 – Sécurité des sites internet gérés en interne**

- Menaces propres aux sites internet
- Approche systémique de la sécurité
- Configuration des serveurs et services
- HTTPS et infrastructure de gestion de clés
- Services tiers
- Avantages et limites de l'utilisation d'un CMS et/ou développement web
- Sécurité des bases de données
- Utilisateurs et sessions
- Obligations juridiques réglementaires

## ORGANISATION

**Durée :** 5 jours

**Conditions tarifaires :** nous contacter ou consultable : <https://www.facmetiers91.fr/formation-continue/les-formations/>

**Lieu :** FDME / en entreprise

**Délais d'accès :** 2 à 4 semaines

**Modalités d'accès :** pré-inscription

→ 01 60 79 74 21

→ [formation.continue@fdme91.fr](mailto:formation.continue@fdme91.fr)

## ACCESSIBILITE

### aux personnes en situation de handicap

Site et formations accessibles\* aux personnes en situation de handicap ou situations pénalisantes ponctuelles, contactez le référent handicap : [mission.handicap@fdme91.fr](mailto:mission.handicap@fdme91.fr)

*\*des aménagements pourront être nécessaires le cas échéant sur demande de l'intéressé*