

A hand holding a rotary telephone receiver against a dark background. The receiver is black with a circular dial pad. A coiled cord connects it to a base unit. The background is a dark, textured gradient.

Communication et RP

agōdigital

La Communication à l'heure du Digital

Communication et PR



INFORMATIONS UTILES

- 2 jours - 14h (Sur Mesure + Conférence possible)
- 750€ HT /Pers
- **Objectifs Pédagogiques**
 - Connaître l'ensemble des acteurs et les enjeux
 - Apprendre de nouvelles pratiques
 - Trouver l'inspiration et la créativité
 - Découvrir de nouveaux outils
 - Créer une campagne de communication performante
- **À qui s'adresse la formation ?**
 - Responsable et chargé(e) de communication, responsable marketing, journaliste, rédacteur en chef, chef d'édition
- **Niveau Requis**
 - Débutant avec des connaissances de l'univers digital
- **Matériel Requis**
 - Les stagiaires devront se munir d'un ordinateur, ainsi que d'un carnet de notes



PROGRAMME

JOUR 1 : Les fondamentaux du digital dans une campagne de communication

Le digital dans une campagne de communication

- Dans quel cadre utiliser le digital dans une campagne?
- Le vocabulaire du digital
- Pour quels objectifs : génération de leads, notoriété, augmentation du chiffre d'affaires ?
- Définir ses KPI
- Les clés d'une communication en digital (interactivité, personnalisation etc)

Panorama des acteurs du marché

- Les agences
- Les régies / les éditeurs
- Les annonceurs
- Les plateformes ad-exchange

Où et comment diffuser sa campagne ?

- Les outils
- Quels sont les supports ?
- Sur quel site / quelle plateforme ?
- Exemples de campagne

Atelier Pratique : Définition et analyse des résultats d'une campagne en fonction des objectifs définis

Animée par un professionnel de la Communication

JOUR 2 : Créer et monitorer sa campagne de communication en digital

La créativité du digital

- Comprendre la création sur le digital et ses paramètres : design, ergonomie, contenus, etc.
- Les différents formats : basiques, enrichis
- Les nouveautés et potentiel créatif : brand content, VR
- Cross-média et complémentarité on/offline
- Etude de cas : Les campagnes créatives de 2017 et 2018, les réussites et les échecs.

Gérer mon budget en fonction du ROI

- Quelle part du budget pour le digital ?
- Le vocabulaire régie : CPM, coût au clic, CPA
- Savoir faire une campagne avec peu de budget
- Achat d'espace média & opération spéciale

Du brief à la diffusion

- Le brief pour le digital : les différents paramètres & bonnes pratiques
- Arbitrer les propositions créatives
- Les outils à utiliser pour plus d'efficacité
- Bâtir son mediaplanning
- Ajuster la diffusion

Atelier Pratique : Une campagne multicanale pour une problématique du client.