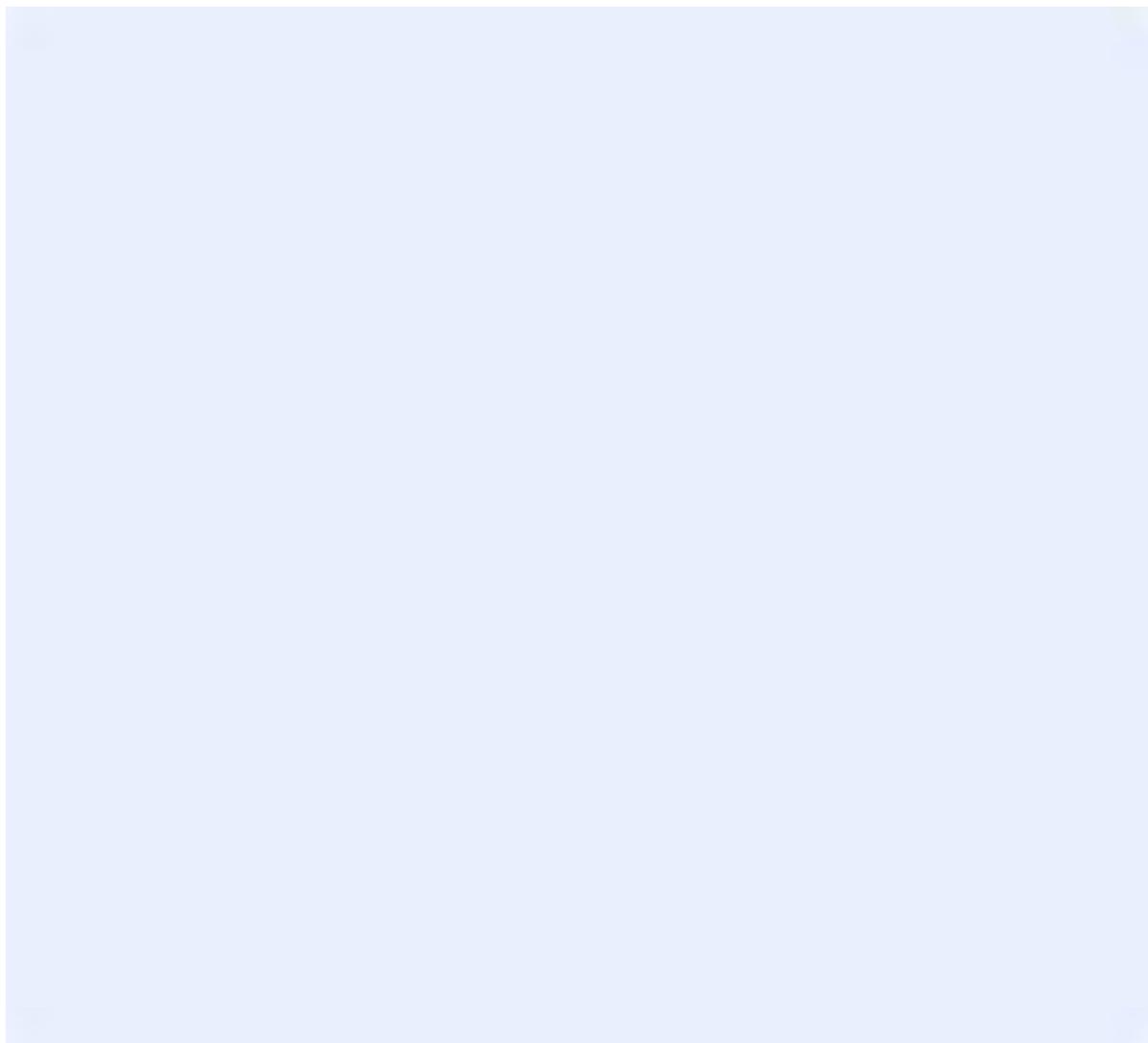


---

# Programme de formation

---



**EDITION 2024 -2025**

## **INSTITUTIS**

### **« Concevoir et déployer une stratégie de communication digitale »**

*La formation prépare à la certification détenue par DGTALCONSULTING, délivrée le 18/12/2024 et expirant le 18/12/2026 et enregistrée sous le numéro RS6993 au Répertoire Spécifique de France Compétences.*

### **Lien vers la fiche de France Compétences :**

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/6993/>

### **Prérequis**

Pour accéder à la formation préparant aux épreuves certificatives, le candidat doit être chargé de la communication digitale au sein d'une TPE/PME ou amenée à l'être.

### **Catégorie et but**

Cette formation est classée comme une action de formation (article L.6313-1) et a pour objectif de favoriser l'adaptation des travailleurs à leur poste, l'évolution des emplois et le développement de leurs compétences en lien ou non avec leur poste de travail. Elles peuvent permettre à des travailleurs d'acquérir une qualification plus élevée. De permettre à toute personne sans qualification professionnelle ou sans contrat de travail d'accéder dans les meilleures conditions à un emploi.

Elle atteste de la maîtrise des compétences indispensables pour assurer la visibilité et le développement en ligne de l'activité de l'entreprise, en passant par des sites web, les réseaux sociaux, des campagnes d'emailing, et d'autres outils digitaux.

L'objectif de cette certification est de reconnaître la capacité de ces professionnels à concevoir et à mettre en œuvre une stratégie de communication digitale adaptée aux besoins de leur entreprise, à son marché, et à sa clientèle-cible. Pour ce faire, les détenteurs de cette certification démontrent leur aptitude à sélectionner les canaux de communication les plus pertinents et à diffuser des messages clairs, cohérents et réguliers. Ils utilisent des outils adaptés pour maximiser l'impact de leur communication digitale, en s'assurant que chaque action contribue efficacement à la croissance et à la visibilité de l'entreprise sur le web.

### Compétences visées :

- C1 : Positionner l'offre de produits ou services de l'entreprise sur son marché en analysant les spécificités et les avantages distinctifs des produits ou services proposés, en identifiant les besoins et attentes de la clientèle cible, en comparant l'offre avec celle des concurrents pour déterminer les points de différenciation, afin de communiquer l'offre de manière claire et persuasive.
- C2 : Concevoir une stratégie de communication digitale adaptée aux besoins de l'entreprise en analysant les objectifs de l'entreprise, en structurant un argumentaire et des messages clés adaptés à la cible, en tenant compte des ressources disponibles, des contraintes budgétaires et de la réglementation en vigueur, afin d'assurer la croissance et la visibilité de l'offre de produit ou service de l'entreprise en ligne.
- C3 : Concevoir un planning de diffusion digitale en sélectionnant un ou plusieurs canaux de communication digitale selon ses fonctionnalités, son audience et avantages (site web, réseaux sociaux, emailing), en sélectionnant le vecteur et la fréquence de communication, afin de mettre en œuvre de manière efficace la stratégie de communication digitale.
- C4 : Créer du contenu visuel et textuel adapté à la cible visée et conforme à la législation en vigueur en proposant des contenus visuels et textuels engageants et cohérents au regard de la stratégie digitale, en adaptant ces contenus aux règles d'usage du canal visé, en favorisant l'accessibilité de ses contenus à d'éventuelles situations de handicap, afin d'assurer une communication continue et efficace de ses produits ou services avec la cible.
- C5 : Analyser les performances de la stratégie de communication digitale en utilisant des outils d'analyse et de suivi des performances (Google Analytics, outils de monitoring des réseaux sociaux, etc.), en identifiant les points forts et les axes d'amélioration de la stratégie, en proposant des ajustements et des optimisations, afin de garantir une amélioration continue des actions de communication digitale et de maximiser le retour sur investissement.
- C6 : Gérer la réputation en ligne de l'entreprise en surveillant les mentions et les avis en ligne concernant l'entreprise (réseaux sociaux, Google MyBusiness, médias...), en répondant de manière appropriée et proactive aux commentaires et aux critiques, en mettant en place des actions pour renforcer l'image positive de l'entreprise ou gérer les crises éventuelles, afin de maintenir et d'améliorer la perception de l'entreprise auprès de son audience en ligne.

### Objectifs pédagogiques et opérationnels

- Analyser l'offre de l'entreprise et sa position sur le marché pour identifier les leviers de différenciation.
- Concevoir une stratégie de communication digitale adaptée aux objectifs et aux ressources de l'entreprise.
- Élaborer un planning de diffusion cohérent avec la stratégie et les cibles visées.
- Gérer la présence et l'image de l'entreprise en ligne.

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Réaliser un audit marketing et une veille concurrentielle.
- Créer des persona pour cibler ses actions marketing.
- Définir et planifier une campagne de communication digitale.

### Durée

La formation se déroule sur 24 heures.

### Modalités et délais d'accès

Délai d'accès : L'inscription est confirmée à la signature de la convention de formation, prenant en compte un délai de rétractation légal de 14 jours.

Modalités d'accès : Le contenu pédagogique et les exercices sont accessibles via une plateforme dédiée seront disponibles à partir du premier jour de formation.

### Tarif

Le prix de la formation est de 2490 €.

Exonération de TVA conformément à l'article 261.4.4 a du CGI.

### Lieu

La formation se déroule en présentiel à l'adresse suivante : 16 rue Meslay, 75003 Paris

## Contacts

Organisme de formation : INSTITUTIS

Adresse : 30 BOULEVARD DE SÉBASTOPOL 75004 PARIS

SIRET : 93302930800014

Contact principal : HUGO PONS (institutis75004@gmail.com)

Responsable handicap : HUGO PONS (institutis75004@gmail.com)

## Méthodes mobilisées et modalités d'évaluation

### Méthodes pédagogiques :

- Cours théoriques en mixte avec exercices pratiques (travaux pratiques, quiz interactifs, cours, exercices). Les supports pédagogiques sont adaptés et sont communiqués aux stagiaires sous format numérique directement par mail ou sur un drive partagé.
- Utilisation de supports numériques accessibles via un drive partagé ou par mail.

### Modalités d'évaluation :

- Durant cette soutenance, le candidat :
  - Présente une analyse du marché et de la cible de l'entreprise de l'étude de cas, (compétence 1)
  - Propose une stratégie de communication digitale en lien avec les données transmises dans l'étude de cas, (compétence 2)
  - Propose un planning de diffusion digitale selon l'étude de cas, (compétence 3)
  - Présente au moins un exemple de contenu textuel et visuel par canal de communication qu'il aura préalablement sélectionné, (compétence 4)
  - Analyse les résultats de la mise en œuvre de la stratégie digitale présentés dans l'étude de cas et propose des actions d'amélioration, (compétence 5)
  - Propose des moyens pour gérer la réputation en ligne de l'entreprise et propose des exemples de réponses et d'actions d'amélioration en lien avec les données transmises dans l'étude de cas (compétence 6)
- S'ensuit un échange avec les membres du jury.

## Modalités du jury

Une compétence est considérée comme acquise dès que l'ensemble des critères sont acquis. En cas de doute, la compétence est considérée comme non acquise.

Chaque membre du jury d'évaluation émet un avis favorable si au moins 5 compétences sur 6 sont validées. Une majorité de membres du jury d'évaluation doit avoir émis un avis favorable pour que le jury de certification décide que le candidat est admis.

INSTITUTIS 30 BOULEVARD SEBASTOPOL 75004 PARIS

SIRET : 93302930800014 – NDA : 11757068775

(ce numéro ne vaut pas pour agrément auprès de l'Etat)

Capital social de 10€ Contact :

institutis75004@gmail.com

### **Accessibilité aux personnes handicapées**

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent handicap, PONS Hugo par mail [institutis75004@gmail.com](mailto:institutis75004@gmail.com), est disponible pour ajuster les modalités d'apprentissage en fonction des besoins spécifiques du stagiaire.

### **Modalités de suivi**

Suivi régulier

Feedback individuel après chaque exercice important.

Capture d'écran de la visioconférence via Google Meet avec la présence du stagiaire et son état de connexion ("Je suis présent" dans la messagerie instantanée du Google Meet) .

### **Moyens d'encadrement**

Formateur principal : PONS Hugo, titulaire de :  
BTS MUC, management des unités commerciales  
LICENCE PRO RPMC, responsable des projets de marketing et de communication.

Compétences du formateur : Leadership et gestion d'équipe, compétences en communication, analyse et prise de décision et adaptabilité et gestion du changement.

Pour toutes questions, le stagiaire pourra les poser directement au formateur ou au responsable pédagogique par mail : [institutis75004@gmail.com](mailto:institutis75004@gmail.com)

Une réponse sera apportée dans un délai de 1 jour ouvré maximum.

## Programme de formation détaillé :

**Jour 1 – Analyser l’offre et comprendre son marché**

**Objectif du jour :** Réaliser un audit marketing, identifier les leviers de différenciation, définir ses cibles

<b>Horaire</b>	<b>Contenu pédagogique</b>
09h00 – 09h15	Accueil des participants, présentation des objectifs de la formation et tour de table
09h15 – 10h15	Introduction à la stratégie digitale et à la certification RS6993
10h15 – 10h30	<b><i>Pause</i></b>
10h30 – 12h30	Atelier : analyse SWOT, diagnostic de l’offre de l’entreprise, veille concurrentielle
12h30 – 13h30	<b><i>Pause déjeuner (hors temps de formation)</i></b>
13h30 – 14h45	Création de personas : identification des cibles à partir des données clients
14h45 – 15h45	Définition des objectifs de communication en lien avec les besoins de l’entreprise
15h45 – 16h00	<b><i>Pause</i></b>
16h00 – 17h00	Cas pratique : audit d’une entreprise fictive ou réelle, travail en binômes

## Jour 2 – Concevoir la stratégie et choisir les bons canaux

**Objectif du jour :** Élaborer une stratégie digitale cohérente, choisir les canaux, structurer le message

<b>Horaire</b>	<b>Contenu pédagogique</b>
09h00 – 09h15	Synthèse de la veille et retour sur les audits de la veille
09h15 – 10h30	Construction d'une stratégie de communication : messages, promesse, canal, cible
10h30 – 10h45	<b><i>Pause</i></b>
10h45 – 12h45	Atelier : sélection des canaux (réseaux sociaux, site web, e-mail, plateformes...)
12h45 – 13h45	<b><i>Pause déjeuner (hors temps de formation)</i></b>
13h45 – 14h45	Élaboration d'un budget de communication et estimation des ressources
14h45 – 15h45	Atelier : introduction à la rédaction de contenu et visuels adaptés aux cibles
15h45 – 16h00	<b><i>Pause</i></b>
16h00 – 17h00	Travaux dirigés : mini stratégie par groupe et présentation rapide

### Jour 3 – Planifier, diffuser et gérer la présence en ligne

**Objectif du jour :** Construire un planning de diffusion, gérer l’e-réputation et suivre les performances

<b>Horaire</b>	<b>Contenu pédagogique</b>
09h00 – 09h15	Introduction de la journée : objectifs & résumé des acquis
09h15 – 10h30	Création d’un planning éditorial (calendrier de publications, formats, supports)
10h30 – 10h45	<b><i>Pause</i></b>
10h45 – 12h45	Gérer la e-réputation : réponses aux avis, gestion des crises, surveillance de présence
12h45 – 13h45	<b><i>Pause déjeuner (hors temps de formation)</i></b>
13h45 – 14h45	Indicateurs clés de performance (KPI), outils d’analyse (Google Analytics, Hootsuite, etc.)
14h45 – 15h45	Atelier d’analyse d’une campagne existante ou simulée : bilan, ajustements, ROI
15h45 – 16h00	<b><i>Pause</i></b>
16h00 – 17h00	Soutenance finale (simulation) : présentation d’une mini-stratégie devant le groupe