# Développer, construire et mettre en place une stratégie digitale

Proposé par Bright Eyes, organisme de formation enregistré sous le numéro 75331439733.

**CONTACT :** BrightEyes - 36 rue Bourges, 33400 Talence
**Formateur :** Filipe Goncalves (filipe.goncalves73@gmail.com ) / 06 66 63 09 63
**Référent pédagogique :** Filipe Goncalves
Référent administratif : Filipe Goncalves

**FORMAT :** 18h sur 3 jours
Le format est adaptable en fonction de la disponibilité des apprenants. La session peut être organisée sur une journée pleine, ou divisée en deux demi-journées.

**DATE DE RÉALISATION :** à définir

**HORAIRES DE RÉALISATION :** à définir

**MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS :**

- la formation est organisée intra-entreprise et doit faire l'objet de la signature d'un contrat par l'entreprise commanditaire
- la formation doit être planifiée au moins 2 semaines à l'avance afin de permettre d'assurer la qualité de l'accueil et l'adaptation de la formation aux besoins spécifiques des apprenants
- l'entreprise se charge de contacter les collaborateurs-bénéficiaires pour qu'ils prennent part à l'ensemble des modules de la session de formation

**TARIF (3000€ H.T.) inclus :**

- La préparation de la formation : adaptation de l'ingénierie pédagogique en fonction du besoin + création des cas « mises en situation »
- L'animation de la formation
- La transmission et l'analyse des questionnaires d'évaluation

## Public :

La formation s'adresse aux dirigeant.e.s et professionnel.le.s de la communication. Chaque session compte 10 participants maximum.
Cette formation se place dans une dynamique de finalisation et d'aboutissement de la stratégie marque employeur. Le but de cette formation est de permettre aux professionnels de la communication et/ou RH de cibler des profils grâce aux outils digitaux actuels (Google, Facebook, Linkedin)

# Objectifs :

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les leviers pour définir la stratégie digitale de leur projet / entreprise
- Élaborer et implémenter une stratégie digitale et le storytelling sur leurs réseaux sociaux
- Comprendre les campagnes de marketing digital sur les réseaux sociaux et les outils Google afférentes à leur stratégie.
- Déployer des actions avec leurs communautés afin de susciter de l'engagement et des conversions (ventes, streaming, abonnements…)

À l'issue de la formation, l'équipe doit être en capacité de s'appuyer sur ces bases de connaissances afin de créer une campagne digitale de recrutement de profils.

# Organisation :

La formation aura lieu en présentiel, dans les locaux fournis par l'entreprise cliente.
Celle-ci mettra à disposition de l'animatrice une salle équipée d'un vidéoprojecteur et permettant de recevoir l'ensemble des stagiaires pour leur temps de travail (chaises et bureaux pour chaque stagiaire).
Par impossibilité d'organiser la formation en présentiel, BrightEyes s'engage à pouvoir organiser et animer les ateliers à distance via des outils dédiés (Zoom & Mural).

# Modalités d'évaluation de la formation :

L'évaluation des compétences se fera par deux moyens :

- Lors de mises en situation, l'animateur vérifiera l'application des techniques présentées;
- Par un quizz qui permettra d'évaluer le niveau de connaissance avant VS après la formation : un court questionnaire sera adressé afin de mesurer la connaissance relative aux compétences en matière de marque employeur.

La satisfaction sera évaluée en deux temps

- **à chaud :** mesure des réactions des participants à l'issue de chaque module : satisfaction, motivation, feedback sur le contenu ou l'expérience
- **à froid :** mesure de la satisfaction et de l'impact de la formation via un formulaire envoyé 48H après la fin de la formation

# Modalités pédagogiques

L'action de formation est rythmée par des temps d'apports théoriques et de mises en situations concrètes permettant d'illustrer, en pratique, ces bases théoriques de réflexion.

# Modalités logistiques

**Hébergement :** l'hébergement est à la charge du stagiaire
**Repas :** le repas du midi est à la charge du stagiaire
**Transports :** les frais de déplacements sont à la charge du stagiaire

# Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous accueillons tout type de public et sans distinction.
Cependant, si vous êtes en situation de handicap, vous pouvez être amené à avoir besoin d'un accompagnement spécifique ou d'une aide adaptée.

Pour les formations organisées chez le client (intra-entreprise), nous nous assurons que la salle mise à disposition est conforme aux normes d'accessibilité PMR ou que des aménagements spécifiques sont prévus par l'entreprise d'accueil.

Pour tout type de handicap (y compris cognitif, sensoriel ou psychique), notre Référent Handicap est votre interlocuteur privilégié afin d'analyser et de mobiliser les adaptations pédagogiques, matérielles ou organisationnelles nécessaires. Nous vous invitons à le contacter en amont de la contractualisation au +33 6 66 63 09 63 ou par mail filipe@brighteyes.fr

# Gestion de Rupture du Parcours

**(À remplir par le Référent Pédagogique uniquement en cas d'abandon**

Date de l'Abandon Effectif :
Moment de l'Abandon :
Taux de réalisation de la prestation :
Raison Principale Avancée par le Stagiaire ou l'Entreprise :

# Programme

**Module 1 : Maîtriser les campagnes Business Manager**

Construction d'un plan digital sous format Word pour le lancement d'une campagne digitale lors des 2 modules

Utilisation du business manager :
- Analyse des datas existantes sur le projet
- Choisir un objectif pour chaque campagne
- Quelle audience choisir ? Comment créer une audience + profil lookalike / similaire sur Facebook / Instagram ?
- Optimisation du budget et du calendrier et suivi de campagne
- Type de Contenu et message à diffuser + Call to action

**Objectif Pédagogique (OP)** : À l'issue de ce module, l'apprenant sera capable de configurer un compte Business Manager et de définir une audience cible pour une campagne

## Module 2 : Maîtriser les campagnes Google Ads

**Présentation :**
- Les possibilités de Google Ads
- Les Campagnes de recherche (achat de mots-clés)
- Campagnes display
- Sponsorisation sur Youtube de vidéos (Pré roll / Discovery / Mid roll...)

**Comment lancer une campagne digitale :**
- Lancement de campagne
- Création de bassins d'audiences sur Google Ads
- Reciblage sur Google ads
- Reciblage d'un bassin d'audience YouTube sur des sites diffusant des bannières (réseaux Google Display)
- Création d'audiences similaires / Profils lookalike

**Objectif Pédagogique (OP)** : À l'issue de ce module, l'apprenant sera capable de structurer et lancer une campagne de recherche Google Ads en utilisant des bassins d'audiences et le reciblage.

## Module 3 : Storytelling, bonnes pratiques sur YouTube et engagement de l'audience

*Construction d'un plan digital sous format Word pour le lancement d'une campagne digitale lors des 2 modules*

**Storytelling :**
- Comment engager son audience ?
- Quel contenu utiliser ? Quelle fréquence de diffusion ?

**Bonnes pratiques sur YouTube :**
- Mots clés / Titres / Description : comment améliorer son référencement

- Outils : fiche / call to action / analyse des statistiques

**Global** :
- Présentation de la programmatique et des nouveaux formats existants hors RS
- Comment créer une audience hors réseaux sociaux

**Objectif Pédagogique (OP) :** À l'issue de ce module, l'apprenant sera capable d'élaborer une trame de storytelling engageante et d'optimiser le référencement naturel de contenus sur YouTube.

## Méthodes pédagogiques

Pédagogie active mêlant.

Apports théoriques comprenant des exemples concrets de bonnes pratiques mises en situation, exercices pratiques pour appliquer la théorie au cas concret du projet de la personne formée et lui permettre de poser les premières pierres de sa réflexion et de sa stratégie digitale.

## Prérequis

- Connaître et maîtriser les principaux réseaux sociaux
- Connaître la notion de campagne digitale