

El Lolita Ghilione

281, avenue des Palmiers
83140 Six-Fours-Les-Plages
E-mail : formation@lolitaghilione.fr
Tel : +33 6 29 99 37 78



Concevoir et déployer une stratégie de communication digitale

Cette formation certifiante a pour objectif de permettre aux apprenants de maîtriser les fondamentaux de la communication digitale, de concevoir et déployer une stratégie cohérente et efficace sur les différents canaux digitaux, et d'en mesurer les résultats.

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

Informations générales

Intitulé	Concevoir et déployer une stratégie de communication digitale
Certification	RS6993 — Répertoire Spécifique — délivrée par DGTAL Consulting
Tarif	1 500 € net de taxe (TVA non applicable — article 261-4-4°a du CGI)
Durée	3 jours, soit 21 heures (sur la base d'une journée de 7 heures)
Effectif	4 à 8 participants par session
Modalité	Présentiel
Lieu de formation	Groupe Arkesys — 293, Route de la Seyne — 83190 Ollioules
Formatrice	Lolita Ghilione

Profils des apprenants

Public concerné :

- Toute personne impliquée dans la promotion d'un produit ou service au sein d'une TPE/PME (dirigeants, responsables et chargés de communication, assistants de direction, collaborateurs polyvalents).

Prérequis :

- Le candidat doit être en charge de la communication digitale au sein d'une TPE/PME ou amené à l'être.
- Disposer d'un ordinateur (PC ou Mac) avec accès à internet.
- Aucun prérequis de niveau de diplôme n'est exigé.

Objectifs pédagogiques

- Analyser le marché et définir une cible pour une stratégie digitale
- Élaborer une stratégie de communication digitale cohérente avec les objectifs de l'entreprise
- Créer et gérer un planning de diffusion des contenus digitaux
- Concevoir des contenus adaptés à chaque canal de communication
- Mesurer l'impact des actions et proposer des axes d'amélioration
- Gérer la réputation en ligne de l'entreprise

Compétences visées

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

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.

Contenu de la formation

Module 1 — Positionnement de l'offre

Compétence visée : C1 | Durée : 3h30

- Présentation des fondamentaux de l'analyse de marché
- Identification de la cible et création de personas
- Analyse concurrentielle et élaboration d'une matrice SWOT
- Atelier pratique : positionnement de l'offre sur un cas réel ou fictif

Module 2 — Élaboration de la stratégie de communication digitale

Compétence visée : C2 | Durée : 3h30

- Définition des objectifs stratégiques de la communication
- Panorama des leviers digitaux (site, SEO, Instagram, Facebook, emailing...)
- Choix des canaux adaptés à l'entreprise et à sa cible
- Définition des messages clés, de la ligne éditoriale et du branding
- Définition du budget, ressources et contraintes alloués à la stratégie
- Étude de la réglementation en vigueur

Module 3 — Création et gestion d'un planning de diffusion digitale

Compétence visée : C3 | Durée : 3h30

- Présentation des différents outils de planification
- Définition de la fréquence de publication et des types de contenus
- Élaboration d'un calendrier éditorial
- Atelier pratique : création d'un calendrier éditorial personnalisé

Module 4 — Création de contenus adaptés aux canaux digitaux

Compétence visée : C4 | Durée : 3h30

- Introduction aux différents outils de création (photo, vidéo, textuel)
- Recyclage de contenu en fonction des différentes plateformes
- Bonnes pratiques en matière de copyright, d'accessibilité et de RGPD
- Outils et bonnes pratiques de gestion et diffusion de contenu (batch content, etc.)
- Atelier pratique : création d'un contenu visuel et textuel par canal

Module 5 — Analyse des performances

Compétence visée : C5 | Durée : 3h30

- Présentation des différents outils de mesure de performance (Google Analytics, outils de réseaux sociaux...)
- Définition des indicateurs clés de performance (KPIs)
- Analyse et optimisation de la stratégie dans le temps
- Mise en œuvre d'une veille pour suivre les tendances marketing, innovations technologiques et évolutions réglementaires
- Atelier pratique : lecture et interprétation de données analytiques

Module 6 — Gestion de la e-réputation

Compétence visée : C6 | Durée : 3h30

- Réputation en ligne : définitions, vecteurs et tendances
- Gérer sa e-réputation : conseils et bonnes pratiques
- Bad buzz et communication de crise
- Atelier pratique : rédaction de réponses types et plan d'action e-réputation

Planning horaire détaillé

Horaires	Contenu	Compétence
Jour 1		
09h00 – 12h30	Module 1 — Positionnement de l'offre	C1
12h30 – 13h30	Pause déjeuner	
13h30 – 17h00	Module 2 — Élaboration de la stratégie de communication digitale	C2
Jour 2		
09h00 – 12h30	Module 3 — Création et gestion d'un planning de diffusion digitale	C3
12h30 – 13h30	Pause déjeuner	
13h30 – 17h00	Module 4 — Création de contenus adaptés aux canaux digitaux	C4
Jour 3		
09h00 – 12h30	Module 5 — Analyse des performances	C5
12h30 – 13h30	Pause déjeuner	
13h30 – 17h00	Module 6 — Gestion de la e-réputation	C6

Durée totale : 21 heures (3 jours x 7 heures). Les pauses déjeuner ne sont pas comptabilisées dans la durée de formation.

Méthodes et outils pédagogiques

La formation repose sur une pédagogie active et participative, alternant :

- Apports théoriques illustrés d'exemples concrets
- Exercices pratiques et ateliers appliqués au projet de chaque participant
- Travaux de groupe et mises en situation professionnelle
- Études de cas réelles ou fictives
- Échanges et retours d'expérience entre participants et avec la formatrice
- Support pédagogique remis à chaque participant (format papier et numérique)

Moyens techniques et matériels

- Salle de formation accessible PMR, équipée d'un écran tactile interactif (screen touch)
- Support pédagogique remis à chaque participant
- Chaque participant doit disposer de son propre ordinateur (PC ou Mac) avec accès à internet

Lieu : La Maison de Coleen — 293, Route de la Seyne — 83190 Ollioules.

Assistance technique et pédagogique

Durant toute la durée de la formation, les apprenants bénéficient d'un accompagnement pédagogique assuré par la formatrice, Mme Lolita Ghilione, joignable par téléphone au 06 29 99 37 78 ou par mail à formation@lolitaghilione.fr. Toute difficulté rencontrée est traitée dans un délai de 24 heures ouvrées.

Délais et modalités d'accès

L'inscription à la formation s'effectue sur demande auprès de Lolita Ghilione, par téléphone (06 29 99 37 78), par mail (formation@lolitaghilione.fr) ou lors d'un entretien découverte.

Dans le cas de certains financements publics, un délai minimum de 14 jours calendaires s'applique entre la validation du dossier et l'entrée en formation (Art. L221-18 du Code de la Consommation).

Les dates sont fixées d'un commun accord entre le stagiaire et l'organisme de formation, en fonction des disponibilités. Une convocation précisant les dates, horaires et lieu de formation est transmise avant toute entrée en formation.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les locaux de formation sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR). Afin d'étudier les modes de compensation nécessaires et d'adapter au mieux la formation, merci de contacter la référente handicap, Mme Lolita Ghilione, par téléphone au 06 29 99 37 78 ou par mail à formation@lolitaghilione.fr.

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

Formatrice et dirigeante de l'organisme de formation : Lolita Ghilione.

Dispositif de suivi et d'évaluation

Avant la formation : évaluer les connaissances initiales et les besoins des apprenants

Lors d'un entretien découverte en visioconférence avec la formatrice, les connaissances initiales, les besoins, attentes et enjeux de l'apprenant seront analysés et les prérequis seront vérifiés. Les apprenants rempliront un questionnaire de pré-formation pour adapter le contenu à leurs intérêts et évaluer leur niveau sur la thématique de la formation.

Pendant la formation : évaluer en continu et valider la compréhension en temps réel

Les apprenants bénéficieront d'un apport théorique avec un support papier et numérique. Ils seront soumis à des exercices pratiques, des travaux de groupe, des mises en situation et des échanges sur leurs pratiques professionnelles dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de leur progression et du développement de leurs connaissances et compétences au regard des objectifs visés.

À l'issue de la formation : évaluation de la satisfaction

Un questionnaire de satisfaction est remis aux participants afin d'évaluer la qualité de la prestation et d'identifier les axes d'amélioration.

Évaluation certificative

L'évaluation certificative se déroule lors d'une session dédiée, distincte de la formation, organisée par le certificateur DGTAL Consulting. La soutenance est réalisée à distance (visioconférence), après la fin de la formation.

L'évaluation se déroule à partir d'une étude de cas (réelle ou fictive), transmise en amont par le certificateur. Le candidat réalise une soutenance orale devant un jury, en s'appuyant sur un support de présentation.

Durant cette soutenance, le candidat doit :

- Présenter une analyse du marché et de la cible de l'entreprise (C1)
- Proposer une stratégie de communication digitale en lien avec l'étude de cas (C2)
- Présenter un planning de diffusion digitale (C3)
- Fournir au moins un exemple de contenu textuel et visuel par canal sélectionné (C4)
- Analyser les résultats de la mise en œuvre de la stratégie et proposer des actions d'amélioration (C5)
- Proposer des moyens de gestion de la réputation en ligne, avec des exemples de réponses et d'actions d'amélioration (C6)

Un échange avec les membres du jury suit la présentation.

Conditions d'obtention :

La certification est obtenue si au moins 5 compétences sur 6 sont validées et qu'une majorité des membres du jury émet un avis favorable.

En cas de non-obtention :

Le candidat peut se représenter à une session ultérieure d'évaluation en se réinscrivant à ses frais, sans besoin de suivre à nouveau la formation.

Qualité et indicateurs de résultats

Les indicateurs de résultats sont transmis sur demande. Les taux de satisfaction, de réussite et le nombre d'apprenants seront diffusés dès que les premières sessions de formation auront été réalisées.

Certification

La formation prépare à la certification « Concevoir et déployer une stratégie de communication digitale », enregistrée au Répertoire Spécifique (RS) le 18 décembre 2024 sous le n° RS6993, et délivrée par DGTAL CONSULTING.

Contact de la formation

Lolita GHILIONE : 06 29 99 37 78 / formation@lolitaghilione.fr

Dernière mise à jour du programme : 13/04/2026