Optimiser sa communication digitale - sur mesure

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Utiliser un ordinateur et les réseaux sociaux
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge du développement commercial (directeurs et responsables commerciaux)
Intervenants	Formateur issu de la bureautique, communication et spécialisé en webmarketing
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Alternance d'apports théoriques et pratiques, en 3 parties : présentation d'une situation d'usage, explication des méthodes et mise en pratique.

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique

Évaluation :
Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

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

- Clarifier son message et sa cible
- Concentrer sa communication digitale sur les canaux utiles
- Construire une base stratégique qui fait gagner du temps toute l'année

PROGRAMME

JOUR 1 : STRUCTURER SA COMMUNICATION POUR NE PLUS S'ÉPARPILLER

Module 1 – Pourquoi on perd du temps en communication

- Les erreurs classiques
  - Publier sans stratégie
  - Être sur trop de plateformes
  - Créer du contenu dans l'urgence
- Différence entre :
  - Communication efficace
  - Communication énergivore

Exercice : audit rapide de la communication actuelle

Module 2 – Définir une communication simple et rentable

- Identifier SA cible prioritaire
- Définir : Son message clé / Sa promesse / Son positionnement
- La règle des 3 piliers de contenu : Expertise / Confiance / Proximité
  - Atelier : formulation du message central de chaque participant

Module 3 – Choisir les bons canaux

- Où se trouve vraiment la cible ?
- Faut-il être partout ?
- Stratégie minimaliste : 1 réseau principal / 1 support d'autorité (site/ blog/newsletter)
  - Plan d'action personnalisé par participant

Module 4 – Créer une ligne éditoriale qui fait gagner du temps

- Les 5 types de contenus à réutiliser toute l'année
- Transformer une idée en 10 contenus
- Créer une banque de contenus
  - Atelier : construction de 20 idées de contenus en 45 min

JOUR 2 :PRODUIRE PLUS VITE AVEC LES BONS OUTILS

Module 5 – Méthode express de création de contenu

- La méthode "1 idée → 10 contenus"
- Batch content : produire pour 1 mois en 2h
- Templates et structures réutilisables
  - Atelier pratique : création de 1 semaine de contenu

Module 6 – Les outils qui font gagner un temps énorme

- Visuels rapides : Canva
- Organisation : Notion
- Planning éditorial : Trello
- Programmation posts : Meta Business Suite / outils de planification
  - Mise en pratique sur ordinateur

Module 7 – L'intelligence artificielle comme assistant

- Générer des idées
- Rédiger plus vite
- Adapter un contenu pour plusieurs plateformes
  - Atelier : créer 5 posts en 20 minutes

Module 8 – Créer une routine de communication de 1h/semaine

- Organisation hebdomadaire type
- La check-list de communication
- Système de production simplifié