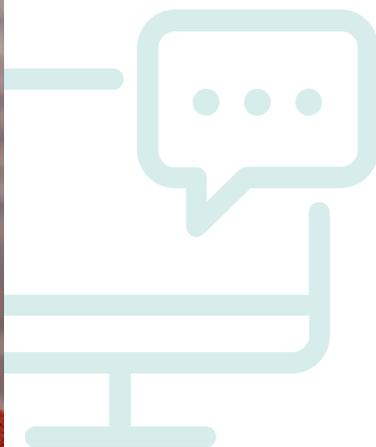




FORMATION DE 114 H (8 MODULES)

- En journée et en soirée de février à mi-juin 2019.
- Prix : 1.500 € pour une **certification** d'une valeur de **10 crédits ECTS**.
- Renseignements et inscription sur cerso.helha.be/e-communication tél : +32 (0)69 89 05 06



VOUS SOUHAITEZ BÂTIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE EFFICACE ?

REJOIGNEZ-NOUS de février à mi-juin 2019

sur le site de
Eurometropolitan e-Campus
Rue du Progrès, 13
à 7503 Froyennes (Tournai)
Belgique

Renseignements et inscription
sur cerso.helha.be/e-communication
tél : + 32 (0)69 89 05 06

Photo © stock.adobe.com - theraunproject.com



FORMATION EN COMMUNICATION DIGITALE

Certificat en e-communication - 10 ECTS
délivré par la HELHa en collaboration
avec l'UCLouvain FUCaM Mons
et l'Eurometropolitan e-Campus

OBJECTIF GÉNÉRAL DE LA FORMATION EN E-COMMUNICATION

Grâce à cette formation, vous serez capable d'analyser, bâtir et mettre en œuvre une stratégie de communication digitale efficace pour votre institution.

Cette formation offre la possibilité aux participants d'auditer la stratégie de communication de leur propre organisation ou entreprise leur permettant ainsi de **déployer un plan d'actions et de renforcer l'efficacité de leur communication digitale** en termes de référencement web, e-copywriting, e-mailing, réseaux sociaux, etc.

PUBLIC VISÉ

Le public cible relève aussi bien du secteur marchand que du non-marchand. Toute organisation, ou institution, qui souhaite communiquer et mettre en place une stratégie de communication digitale.

PRÉREQUIS

Les participants doivent au minimum être détenteurs d'un bachelier ou passer par une admission particulière (V.A.E. : Validation des Acquis de l'Expérience).

ÉVALUATION

Pour obtenir la certification de 10 ECTS, un travail devra être présenté et validé par un jury. Voir contenu du module 8 ci-joint «Audit digital et mise en oeuvre d'une stratégie de communication digitale».

Programme du certificat en e-communication Stratégie de communication digitale (114h réparties en 8 modules)

1. Contextualisation

MODULE DE 6H

- Prendre conscience des enjeux d'une évolution digitale pour une organisation.
- Identifier et clarifier les enjeux d'une communication digitale efficace.
- Réflexions et analyses avec des experts intervenants* et le formateur autour de ces enjeux.
(*) Interviews d'experts par visioconférence.

2. Stratégie digitale

MODULE DE 24H INTÉGRANT THÉORIE ET PRATIQUE

- Structurer une démarche webmarketing.
- Bâtir et mettre en œuvre une stratégie de contenu.
- Envisager la construction d'une ligne éditoriale.
- Être capable de mesurer le résultat des actions.

3. Référencement web

MODULE DE 18H INTÉGRANT THÉORIE ET PRATIQUE

- Appréhender la sémantique de Google.
- Optimiser le référencement naturel d'un site web (SEO).
- Être capable de choisir les outils adéquats proposés par Google.

4. e-Copywriting

MODULE DE 24H INTÉGRANT THÉORIE ET PRATIQUE

- Comprendre le concept « créer un contenu exclusif adapté au public cible ».
- Prendre conscience de l'importance de « parler à la fois le langage humain et celui de Google ».
- Créer, avec méthode, des contenus rédactionnels adaptés au web.
- Construire une ligne éditoriale adaptée à la stratégie globale d'une organisation.
- Envisager et mettre en œuvre un Storytelling efficace.

5. e-Visibilité locale

MODULE DE 6H INTÉGRANT THÉORIE ET PRATIQUE

- Comprendre et mettre en œuvre une stratégie de visibilité locale grâce au référencement géolocalisé et à la publicité.

6. e-Mailing

MODULE DE 6H INTÉGRANT THÉORIE ET PRATIQUE

- Adopter les bonnes pratiques de création d'une campagne d'e-mailing efficace avec MailChimp et conformes aux règles R.G.P.D. (Règlement Général sur la Protection des Données).
- Maîtriser les notions essentielles concernant le Règlement Général sur la Protection des Données pour l'e-mailing.

7. Réseaux sociaux

MODULE DE 12H INTÉGRANT THÉORIE ET PRATIQUE

- Être capable de sélectionner les réseaux sociaux adéquats en fonction de la stratégie globale d'une organisation.
- Adapter une ligne éditoriale aux réseaux sociaux.
- Mettre en œuvre une communication efficace sur les réseaux sociaux.

8. Audit digital et mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale

MODULE DE 18H INTÉGRANT THÉORIE ET PRATIQUE

- Être capable de réaliser un audit digital d'une organisation et en identifier :
 - Les forces et faiblesses
 - Les menaces et opportunités dans son marché
- Se poser les questions adéquates pour améliorer, ainsi que bâtir, une stratégie digitale efficace et adaptée à une organisation.
- Construire un plan d'actions.
- Proposer des contenus rédactionnels efficaces.
- Être capable de mesurer le résultat des actions.