FORMATION - FORMATION - COMMUNICATION DIGITALE : LA BOÎTE À OUTILS

Public et pré-requis
Chargé(e) de communication, responsable marketing, gestionnaire de contenu numérique, responsable éditorial, ou simplement impliqué(e) dans la stratégie éditoriale au service de la marque dans un service communication / marketing, dans une PME/PMI, dans une association, une institution ou une administration.
Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Durée et modalités pédagogiques
Formation Présentiel de 35h

Moyens pédagogiques
Le support pédagogique est mis à disposition des participant·es en pdf à la fin de la formation.

Accessibilité
Nous mettons tout en œuvre pour vous accueillir toutes et tous dans les meilleures conditions. Notre charte handicap détaille nos engagements pour l'accessibilité de nos formations. Contactez notre référent handicap si vous avez des besoins spécifiques d'accompagnement avant, pendant et après la formation: handicap@samsa.fr

Evaluation
1- Positionnement
Un questionnaire en ligne est adressé aux participant·e·s avec la convocation de manière à évaluer leur niveau initial et leurs attentes.
2-Evaluation des acquis
Au cours de la formation, les exercices réalisés permettent au formateur ou à la formatrice d'évaluer l'acquisition des compétences. Un QCM en fin de formation et l'évaluation d'une vidéo tournée et montée sur smartphone viennent confirmer cette acquisition.
3- **Attestation**
Une attestation des acquis de fin de formation est adressée par mail aux apprenants suite à la session

Dernière modification contenu formation - 13/03/2026

Objectifs

- Adapter votre écriture aux spécificités du web
- Produire des contenus multi formats
- Développer des techniques de référencement naturel
- Adopter une présence pertinente sur les réseaux sociaux
- Construire une stratégie éditoriale globale adaptée à vos objectifs
- Tourner et monter des vidéos pour communiquer sur votre activité

Programme

Jour 1 : Construire et animer son site d'entreprise

- Présentation de la formatrice et tour de table
- Codes et techniques de l'éditorial digital
  - Des robots pour lecteurs
  - Les secrets de l'algorithme de Google
  - Une seule écriture, deux pratiques
  - Un contenu protéiforme
  - Hypertexte, superpouvoirs
  - Lecture et écriture fragmentées
  - Mots-clés et référencement
- Le comportement de l'internaute
  - Lecteur, qui es-tu ?
  - Lecteur, que cherches-tu ?
  - Lecteur, comment fais-tu ?
- Les bons réflexes de l'écriture web
  - Raisonner « mots-clés »
  - Une page, un message
  - Le contenu est unique
  - Les titres, enjeu stratégique
  - Les liens ou l'hypertextualité au pouvoir

Jour 2 : Gestion de contenu et réseaux sociaux

- 5 étapes pour un contenu efficace
  - Définir un plan d'attaque
  - Ecrire… pour être lu
  - Habiller mon texte
  - Placer mes mots-clés
  - Insérer photos, vidéos, légendes
- Inbound marketing : évolution des marques et des utilisateurs
- Community manager : profil et qualités
- Facebook : créer et faire vivre sa communauté
- X/Twitter : 280 signes pour influencer
- Bâtir une stratégie sur Instagram
- LinkedIn ou le corporate branding
- Comment gérer une communication de crise

FORMATION - FORMATION - COMMUNICATION DIGITALE : LA BOÎTE À OUTILS

Jour 3 : Ecriture plurimédia : les contenus spécifiques

- Types de contenus (article, portrait, itw, newsletter, brève, etc.)
- Les impératifs du contenu mobile
- Créer et animer un blog d'entreprise
- Les secrets du storytelling
- Concevoir un motion design
- Produire un film événementiel
- Méthodologie pour l'infographie
- Faire un brief créatif

Jour 4 : Communiquer en vidéo

- Présentation du formateur / de la formatrice et tour de table
- Echanges sur les projets vidéo des participant·es
- Panorama d'exemples inspirants tournés avec un smartphone
- Les environnements iOS et Android, les applis, l'AppStore et le Google Play Store
- Configuration technique du smartphone pour la prise de vue
- Prise en main de l'application de caméra native
- Présentation des bonnes pratiques de la prise de vue : composition d'une image, techniques de cadrage et d'éclairage
- Techniques pour cadrer et composer de bonnes images avec son smartphone
- Mise en situation : production d'une série de photos en binôme
- Passage en revue et débrief des photos réalisées
- Les valeurs de plan et la méthode des 5 plans
- Présentation du fonctionnement des applications natives de tournage
- Techniques pour mener une interview en vidéo
- Prise en main du matériel de tournage inclus dans le kit offert à chaque participant·e : trépied articulé, poignée de stabilisation, micro
- Tournage d'une interview en binôme
- Retour critique sur les images produites

Jour 5 : Communiquer en vidéo

- Tournage de différentes valeurs de plan et de plans complémentaires en vue du montage
- Trouver des angles originaux avec son smartphone
- Tourner en timelapse /en slowmotion avec son smartphone
- Gérer les mouvements de caméra pour suivre un sujet
- Les principes du montage vidéo
- Présentation du fonctionnement de l'appli de montage Vlog Now (VN)
- Montage de la vidéo dont les plans ont été tournés précédemment
- Enregistrement voix off ou plateau en situation
- Ajout de textes ou d'éléments de charte graphique sur les images
- Export de la vidéo et publication en ligne
- Débrief de la session et évaluation à chaud par les participants