

DIGITEA

CENTRE DE FORMATION

PROGRAMME DE FORMATION – STRATÉGIE DE COMMUNICATION



PILOTER LA STRATÉGIE
DE COMMUNICATION ET
LA PERFORMANCE
DIGITALE DE SON
ENTREPRISE
ARTISANALE

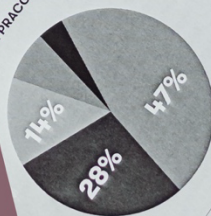
FORMATION DÉBUTANT

DIGITEA

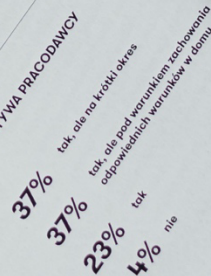
CENTRE DE FORMATION



THE FUTURE OF REMOTE WORK:
EMPLOYEE AND EMPLOYER PERSPECTIVES



PERSPEKTYWA PRACODAWCY



PROGRAMME DE FORMATION

Piloter la stratégie de communication et la performance digitale de son entreprise artisanale

Le présent programme de formation a été **construit à partir de l'autodiagnostic FAFCEA** réalisé par le participant.

Ce diagnostic met en évidence les **forces et axes de progression** de l'entreprise artisanale dans les domaines de la **création de valeur**, de la **gestion de la communication** et du **pilotage stratégique**.

Les résultats du diagnostic ont permis de concevoir un parcours individualisé, centré sur :

- le **développement de la visibilité et de la notoriété** de l'entreprise,
- la **structuration d'une communication cohérente et professionnelle**,
- et la **mise en place d'outils concrets de pilotage et de suivi de la performance digitale**.

Tout au long de la formation, le stagiaire travaille sur le **cas concret de sa propre entreprise** afin de transformer les apports théoriques en **actions opérationnelles directement applicables**.

Le parcours aboutit à la **construction d'un plan de communication global et mesurable**, accompagné d'outils personnalisés :

- Une **stratégie de communication articulée autour des objectifs d'entreprise** ;
- Une **identité de marque clarifiée et homogène** sur tous les supports ;
- Un **plan d'action digital sur 6 mois** (réseaux sociaux, site, référencement, e-mailing) ;
- Un **tableau de bord de suivi des performances** pour mesurer la rentabilité et l'impact des actions ;
- Et un **plan d'amélioration continue** permettant d'ajuster la stratégie dans le temps.

Ce projet fil rouge, né du diagnostic initial, garantit la **pertinence du contenu de formation** et l'**adéquation entre les besoins identifiés et les compétences développées**, dans une logique de pilotage stratégique, durable et mesurable.



PUBLIC CONCERNÉ

Chefs d'entreprise artisanale, conjoints collaborateurs ou associés souhaitant structurer et professionnaliser la communication de leur entreprise, optimiser leur visibilité et piloter efficacement leur stratégie digitale.



PRÉ-REQUIS

- Être chef d'entreprise artisanale ou conjoint collaborateur inscrit à la CMA
- Avoir réalisé l'autodiagnostic FAFCEA
- Posséder un smartphone et/ou un ordinateur
- Avoir une présence minimale sur les réseaux sociaux



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

A l'issue de l'action de formation, l'apprenant, sur son lieu de travail, en autonomie et en responsabilité, sera capable de :

- Construire une stratégie de communication alignée avec ses objectifs d'entreprise
- Développer une identité de marque cohérente et différenciante
- Mettre en œuvre une communication digitale performante et mesurable
- Utiliser les leviers numériques pour renforcer la notoriété et la rentabilité
- Piloter et évaluer l'efficacité de ses actions de communication
- Adopter une posture de dirigeant communicant et stratégique



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Au cours de l'action de formation, les apprenants apprendront à :

- Élaborer un plan de communication global adapté à leur marché artisanal
- Identifier les canaux digitaux les plus pertinents pour atteindre leurs cibles
- Créer des supports visuels cohérents avec l'image de marque
- Organiser et planifier leurs actions de communication dans le temps
- Suivre les indicateurs de performance et ajuster leurs actions
- Gérer leur communication dans une logique de pilotage global de l'entreprise

Vous aurez la possibilité de travailler sur des cas concrets, d'échanger avec les autres participants et avec le formateur, et de recevoir des feedbacks constructifs sur la réalisation des cas pratiques. Vous serez ainsi en mesure de mettre en pratique les compétences que vous aurez acquises pendant la formation.



PROGRAMME DÉTAILLÉ

Jour 1 : Diagnostic et stratégie de communication artisanale (7 heures)

Matin — 8h30 – 12h30

Module 1 : Analyse et positionnement

- Étude de l'autodiagnostic FAFCEA et identification des priorités de développement
- Définition des objectifs de communication et des cibles prioritaires
- Clarification du positionnement de marque et des valeurs différenciantes

Après-midi — 13h30 – 16h30

Module 2 : Vision stratégique et plan global

- Élaboration d'une stratégie de communication alignée avec la stratégie d'entreprise
- Identification des leviers de visibilité pertinents (locaux et digitaux)
- Introduction à la notion de plan de communication et de pilotage

Jour 2 : Image de marque et cohérence visuelle (7 heures)

Matin — 8h30 – 12h30

Module 3 : Construire une identité visuelle forte

- Définir les composantes d'une identité de marque artisanale (logo, couleurs, typographies)
- Créer une charte graphique simple et réutilisable
- Travailler la cohérence entre supports physiques et digitaux

Après-midi — 13h30 – 16h30

Module 4 : Déclinaison de l'image sur les supports de communication

- Concevoir des visuels impactants sur Canva selon la charte définie
- Adapter les contenus à différents formats (réseaux, site, affiches, e-mails)
- Assurer la cohérence entre communication papier et numérique

Jour 3 : Stratégie digitale et plan de visibilité (7 heures)

Matin — 8h30 – 12h30

Module 5 : Définir sa stratégie digitale

- Identifier les bons canaux numériques selon son public (Google, réseaux, site, e-mail)
- Comprendre la complémentarité entre site web, réseaux sociaux et référencement
- Définir des objectifs de visibilité et de performance mesurables

Après-midi — 13h30 – 16h30

Module 6 : Construire son plan d'action digital

- Élaborer un plan de communication digital structuré sur 3 à 6 mois
- Créer une cohérence entre les messages et les supports utilisés
- Établir un tableau de bord de pilotage pour suivre les actions

Jour 4 : Communication digitale et création de contenus (7 heures)

Matin — 8h30 – 12h30

Module 7 : Produire des contenus valorisant le savoir-faire artisanal

- Identifier les formats de contenus à forte valeur ajoutée (témoignages, avant/après, coulisses)
- Rédiger des messages efficaces et authentiques
- Créer des contenus visuels professionnels avec Canva (dans une logique stratégique, non technique)

Après-midi — 13h30 – 16h30

Module 8 : Diffuser ses contenus de manière cohérente

- Organiser la diffusion multicanale (réseaux sociaux, site, newsletters, Google Business)
- Structurer un calendrier éditorial clair
- Maîtriser les bonnes pratiques de diffusion et de cohérence de ton de marque

Jour 5 : Référencement local et gestion de la présence en ligne (7 heures)

Matin — 8h30 – 12h30

Module 9 : Gérer et optimiser sa visibilité sur Google

- Créer et paramétrer une fiche Google Business Profile efficace
- Améliorer la réputation en ligne par la gestion des avis et témoignages clients
- Comprendre le référencement local et son impact sur le développement commercial

Après-midi — 13h30 – 16h30

Module 10 : Piloter son référencement naturel (SEO)

- Comprendre les principes du SEO artisanal
- Optimiser les contenus et visuels pour la visibilité en ligne
- Suivre et interpréter les résultats avec des outils simples

Jour 6 : Organisation et planification de la communication (7 heures)

Matin — 8h30 – 12h30

Module 11 : Structurer son plan de communication annuel

- Définir les objectifs de communication à court et moyen terme
- Créer un calendrier éditorial équilibré et réaliste
- Utiliser des outils d'organisation et de planification (Trello, Notion, Meta Business Suite)

Après-midi — 13h30 – 16h30

Module 12 : Suivi et ajustement des actions

- Lire et interpréter les indicateurs de performance (engagement, portée, trafic)
- Évaluer le retour sur investissement des actions menées
- Ajuster sa stratégie en fonction des résultats observés

Jour 7 : Communication relationnelle et posture de dirigeant (7 heures)

Matin — 8h30 – 12h30

Module 13 : Améliorer sa communication professionnelle

- Développer une communication claire et cohérente avec ses clients et partenaires
- Gérer les situations délicates et les retours clients avec assertivité
- Renforcer la confiance et la crédibilité dans ses échanges

Après-midi — 13h30 – 16h30

Module 14 : Posture et leadership dans la communication

- Adopter une posture de dirigeant communicant et fédérateur
- Gérer son image et celle de son entreprise sur les canaux internes et externes
- Travailler la confiance en soi et la cohérence entre discours et actions

Jour 8 : Gestion financière et performance de la communication (7 heures)

Matin — 8h30 – 12h30

Module 15 : Budgétiser et piloter sa communication

- Identifier les postes de dépenses et construire un budget de communication
- Comprendre les notions de coûts, marges et retour sur investissement
- Allouer les ressources de manière stratégique selon les priorités

Après-midi — 13h30 – 16h30

Module 16 : Suivi de la rentabilité et automatisation

- Mettre en place des outils de suivi (tableaux de bord, reporting)
- Analyser les résultats pour orienter les décisions futures
- Automatiser certaines tâches répétitives pour gagner en efficacité

Jour 9 : Bilan et plan d'action individuel (4 heures)

Matin — 8h30 – 12h30

Module 17 : Évaluation et accompagnement post-formation

- Bilan des acquis et restitution du parcours individualisé
- Autoévaluation des compétences développées
- Élaboration d'un plan d'action concret et personnalisé



DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE

- Formation sur-mesure en face-à-face pédagogique et accompagnement individualisé
- Formation en présentiel ou à distance via visioconférence
- Un support de cours
- Cas pratiques



MODALITÉS D'ÉVALUATION DE LA FORMATION

- Un test de connaissance afin de déterminer le niveau et la légitimité à réaliser la formation
- Lors de la dernière heure de formation, un test d'évaluation sera réalisé afin d'évaluer les compétences acquises durant la formation.



VALIDATION DE LA FORMATION

- Certificat de réalisation en fin de formation
- Feuille d'émargement
- Test d'évaluation :
Conditions de réalisations : note non autorisée, sur table, manuscrit, pas de sortie autorisée, individuel, smartphone / internet non autorisé
Condition de validation : plus de 80% de bonnes réponses.



MODALITÉS

- **Durée** : 60 heures – 9 jours
- **Horaires** : de 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 16h30
- **Lieu** : DIGITEA – Centre de Formation
4 rue Jules Verne 57600 FORBACH
- **Accessibilité** : Nos formations peuvent être accessibles aux personnes en situation de handicap.
Chaque situation étant unique, nous vous recommandons de nous contacter avant votre inscription à l'adresse mail suivante : referent-handicap@digitea-agency.fr . Nous pourrions ainsi vous détailler les possibilités d'accueil pour vous permettre de suivre la formation dans les meilleures conditions ou vous orienter si besoin vers les structures spécialisées.
- **Effectif** : 1 personne
- **Dates** : à définir en fonction du calendrier 2025
- **Délai d'accès** : une semaine à un mois en fonction des disponibilités



TARIF

Le prix de l'action est fixé à **4800 euros**



INTERVENANT(S)

- **DI LORENZO Léa** - Formatrice Professionnelle d'Adultes certifié, Léa intervient sur des formations liées au digital. Elle possède une forte expérience professionnelle en tant chargée commerciale et marketing.
- **CONTACT**
 - DI LORENZO LÉA
 - 06 16 64 52 19
 - lea.dilorenzo@digitea-agency.fr



LES + DE DIGITEA – CENTRE DE FORMATION

- Un accompagnement individualisé tout au long de la formation et au-delà
- Un organisme de formation à taille humaine
- Une écoute et un encadrement
- Une formatrice investie dans la réussite de chacun