

L'ARGUS

de l'assurance

■ ■ ■ Formations

CDA - COMMUNIQUER VIA LES DIFFÉRENTS CANAUX DIGITAUX

Classe virtuelle

3H30 EN CLASSE VIRTUELLE (3 X 70 MN), 20 MIN EN E-LEARNING

CERTIFICAT DIGITAL ASSURANCE (CDA)

CODE : WOBV04

Objectifs de la formation

- Identifier les canaux digitaux dont disposent les entreprises aujourd'hui
- Comprendre comment ils sont intégrés dans les pratiques des métiers
- Comprendre les grands principes de fonctionnements de ces derniers

Animée par

- DENIAUD Cédric
Expert reconnu du numérique depuis 15 ans,

Public concernés

- Tout public cherchant à comprendre l'évolution de la révolution digitale, du passage du 2.0 au 3, voire 4.0 (internet des objets)

Retrouvez les modalités pédagogiques et techniques, les moyens d'encadrement et d'accompagnement [ICI](#)

**Une formation composée
d'une session en classe
virtuelle de 3x70min et d'un
module e-learning de 20 min**

- Lors de la validation de votre inscription, vous recevrez un lien vers l'accès au(x) module(s) e-learning associé(s)

Dates

- Paris
02-16/12/2019

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Modalités pédagogiques

- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants.
- Les formations se déroulent en présentiel ou en classe virtuelle avec un équilibre théorie / pratique. Chaque fois que cela est pertinent des études de cas et des mises en pratique ou en situation sont proposées aux stagiaires.
- Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics.
- Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session.
- Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation.
- Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

Tarifs

- Tarif général

COMMUNIQUER VIA LES DIFFERENTS CANAUX DIGITAUX (CLASSE VIRTUELLE)

Module 1 : la digitalisation de la communication

- Identifier les apports du digital pour la communication : fluidité, temps réel, interactivité, les comportements clients induis
- Panorama des réseaux sociaux, les publics et les usages: Facebook, Twitter, Instagram...

Module 2 : les codes de la communication digitale

- Emails : quels sont les codes à respecter dans la rédaction d'Emails
- Éviter les spams, quelles formules éviter...
- Focus sur la gestion de la réputation numérique : enjeux, paramètres de confidentialité, charte éthique
- Initiation à la communication sur les réseaux sociaux

Module 3 : cadre légal d'Internet

- Quels sont les droits à respecter dans la communication sur internet
- Les bonnes pratiques, ce qu'il ne faut pas faire
- Comment identifier des pratiques frauduleuses dans la communication

Modalités pédagogiques

- Le formateur fait défiler le support en le commentant ou

en parlant devant la caméra. Il peut faire des démonstrations d'outils informatiques, faire travailler ses stagiaires dans une application partagée ou aller sur internet via le partage du navigateur. Il peut soumettre aux participants des évaluations, des sondages.

- Les participants écoutent et peuvent : poser ou répondre à des questions sur le « chat » ou de vive voix.

MODULE E-LEARNING 1 : BIEN COMMUNIQUER AVEC LES OUTILS DIGITAUX

Disposer d'un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique – Communication

- Identifier les outils digitaux à chacune des 4 étapes du parcours client: Découverte, Conviction, Achat, Recommandation.
- Découverte ou capter l'attention. Référencement (SEO ou SEA), newsletters, réseaux sociaux
- Conviction ou étape comparative : sites internet, blogs, réseaux sociaux.
- Achat : point de vente, site internet (ordinateur, mobile, tablette, objet connecté)
- Recommandation : réseaux sociaux, blogs

MODULE E-LEARNING 2 : COMMUNIQUER SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Disposer d'un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique – Réseaux Sociaux

- Panorama des réseaux sociaux, principaux chiffres et usages

- Ils sont toujours là : Facebook, Twitter, Snapchat, LinkedIn...
- Ils déclinent ou ont disparu : MySpace, Copains D'avant, ou encore Google+.
- Quelle présence pour les marques, quels services
- La E-réputation

Une formation sous forme de vidéos et de quizz

- Modalités pédagogiques et techniques : Durée de 20 minutes pour le module. Consultation de vidéos et réponses à des questions en lien vers le contenu.
- Accès au module de E-learning via la plateforme 360Learning. Module accessible pendant 1 mois à partir de la réception de l'invitation de connexion.