



EXECUTIVE
MASTER



COMMUNICATION
DIGITALE

WI-FI

IHECS

Ru3D3L3tuv@5860

ACTEURS DE VOTRE TRANSFORMATION DIGITALE

L'objectif de cet Executive Master est de former des experts praticiens capable d'élaborer une stratégie digitale et en mesure de la mettre en œuvre.

Avec l'apparition du digital, la communication a connu une profonde mutation. Les objectifs sont immuables mais la manière de les atteindre a été complètement modifiée. De nouveaux canaux continuent à voir le jour, les formats se renouvellent sans cesse, les codes de communication dans leur sillage.

Aujourd'hui, du cadre dirigeant en passant par le chargé de communication d'une organisation jusqu'à l'auto-entrepreneur, tous se rendent compte de la nécessité d'avoir la main mise sur cette (r)évolution. En effet, l'accessibilité des outils n'a jamais été aussi grande ; encore faut-il pouvoir les appréhender, les activer à bon escient et les alimenter en contenu.

Cet Executive Master avec son bagage théorique et sa dynamique pratique vous donnera les outils afin de prendre en charge votre transformation digitale.

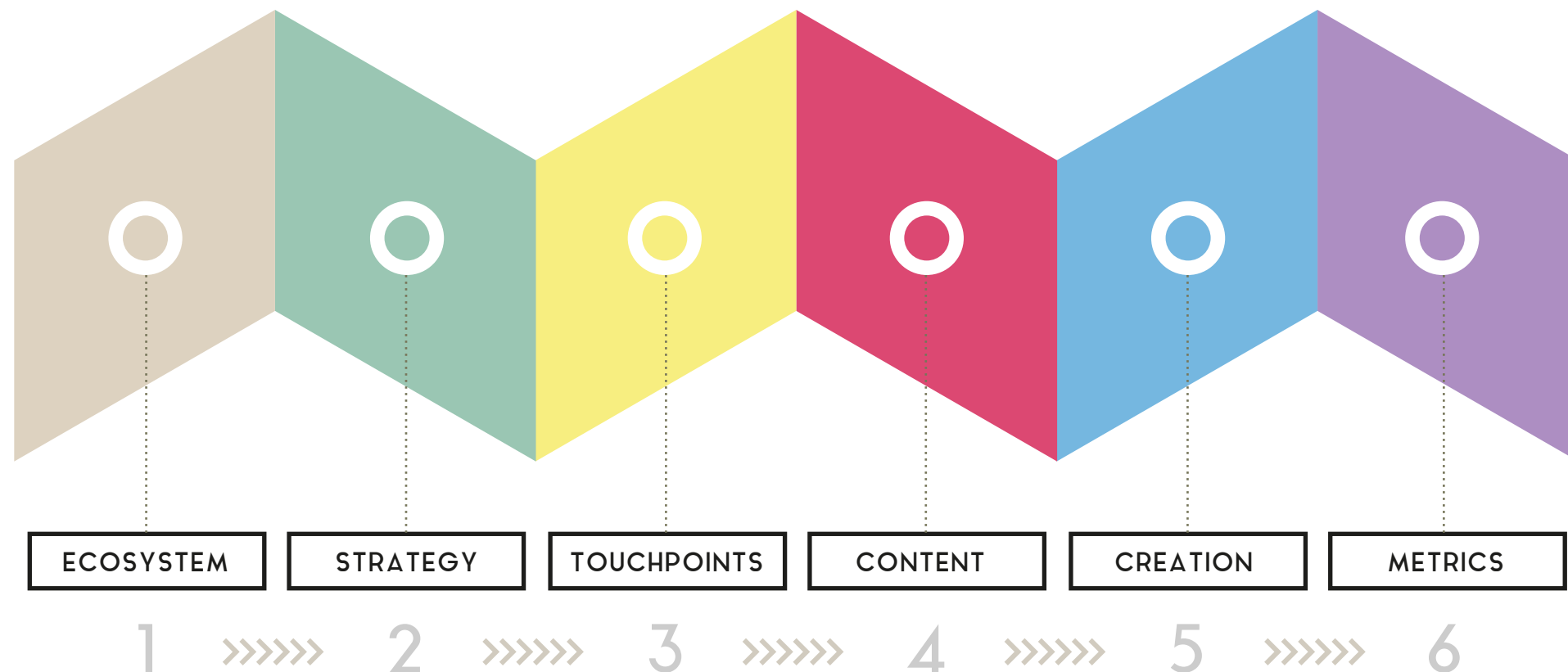


PUBLICS CIBLES



- ◆ Employés ou freelances travaillant déjà pour des annonceurs ou dans des agences de communication
- ◆ Chargés de communication des secteurs marchands et non marchands
- ◆ Cadres dirigeants et auto-entrepreneurs désireux de prendre en charge leur communication digitale
- ◆ Diplômés de l'enseignement supérieur en communication et marketing
- L'admission se fait sur base d'un dossier de candidature;
- Notre approche pédagogique privilégie la formation en petits groupes. Le nombre de place sera donc limité.

STRUCTURE



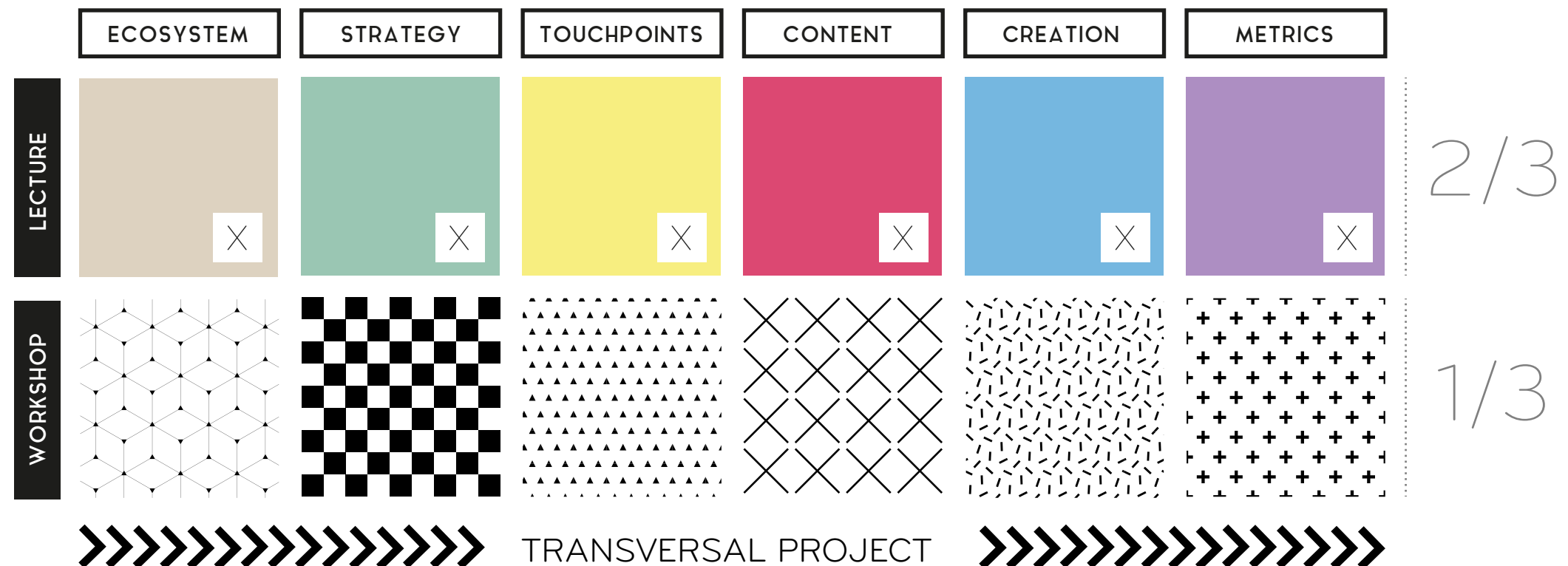
L'Executive Master est scindé en 6 modules complémentaires. Ils ont été appréhendés comme étant les étapes essentielles à la prise en main de votre communication digitale. Ils s'enchaînent afin de guider votre formation et structure la mise en oeuvre d'un cas pratique transversal qui vous permettra de challenger vos acquis tout au long de votre formation.

APPROCHE PEDAGOGIQUE

Les 6 modules théoriques permettent d'acquérir les fondements nécessaires à une gestion holistique d'un projet de communication digitale.

Chacun de ces modules sera décliné en workshop permettant de mettre en pratique les connaissances acquises sur des projets transversaux proposés par IHECS Academy.

En outre, une partie de la formation est destinée à l'apprentissage d'outils et de logiciels visant à rendre les participants autonomes dans le cadre de la gestion de leur communication digitale.





ECOSYSTÈME DIGITAL : La communication digitale possède ses propres intervenants, ses codes, son vocabulaire qu'il est nécessaire de maîtriser. Plus avant, nous savons que nous ne sommes qu'au début de cette mutation, nous anticiperons les évolutions à venir afin que vous deveniez les acteurs de cette révolution en marche.

STRATÉGIE DIGITALE : Les outils ont changés, avec dans leur sillage les cibles, la segmentation, les positionnements et l'achat d'espaces média. L'objectif de ce module est de pouvoir construire une stratégie basée sur des objectifs communicationnels concrets.

LES CANAUX DIGITAUX : la communication interactive a vu apparaître avec elle toute une série de nouveaux canaux qui ont construit leurs propres audiences mais aussi leurs propres formats et leurs propres modèles d'achats. Un paysage sans cesse en évolution qui autorise une hyper spécialisation du message et une segmentation de plus en plus fine.

LE CONTENU : C'est le challenge inhérent à cette nouvelle forme de communication. La multiplication des supports et l'interactivité suppose une présence et un échange. Là où l'on pouvait se contenter de prise de parole limitée et répétitive, il y a aujourd'hui une obligation de création de contenu sans cesse croissante.

LA CRÉATION DIGITALE : C'est la technologie qui a porté cette révolution. Il est donc nécessaire que les professionnels de la communication digitale puisse comprendre le fonctionnement de ces techniques afin de les utiliser au mieux d'un point de vue tactique et créatif.

DES OBJECTIFS TANGIBLES ET MESURABLES : Une des grandes richesses de ces nouveaux codes de communication est leur extrême mesurabilité. Ce dernier module vous permettra de fixer des kpi's en fonction de votre stratégie et appréhender les outils de monitoring nécessaire à l'évaluation de votre campagne.

DIGITAL ECOSYSTEM

- ◇ 4ème révolution industrielle
Raphaël Thys
- ◇ Mutation de la communication
Raphaël Thys
- ◇ Ecosystem digital :
typologie et spécificité
Alexandre Fréderrick
- ◇ Paysage médiatique off et on line
Jonathan Romain & Aurore Devos
- ◇ Monitoring & E-réputation
Vincent Pittard
- ◇ Environnement légal
Alexiane Wyns
- ◇ GDPR
Alexiane Wyns

E-REPUTATION



DIGITAL IS ABOUT STRATEGY



- ◇ Segmentation, audience, positionnement & objectifs de communication
Jonathan Romain
- ◇ Approche omnichannel (intégration du digital au sein de plan de communication)
Aurore Devos
- ◇ Inbound marketing
Karl Schikker
- ◇ Search Engine Marketing : contextual
Serge Marchal
- ◇ Programatic buying & Real Time bidding : a game changer?
Louis de Waegenere
- ◇ Geo-Markting
Vincent Delmotte
- ◇ E-business
Jean Sprimont

POES / INBOUND / E COMMERCE

DIGITAL IS ABOUT TOUCHPOINTS

- ◇ Search Engine Marketing
Serge Marchal
- ◇ Display
Nicolas Magain
- ◇ Campaigning
FB, Instagram, AN, Twitter, snapchat,
pinterest, Linked in
Jerôme Naif
- ◇ E-mail marketing
Jonas Vanbrabant
- ◇ Automation Marketing
Jonas Vanbrabant
- ◇ Digital PR
Romain Adam
- ◇ Influenceurs
Romain Adam
- ◇ Growth hacking
Maxime charbit

RS / SEM / CRM

○



DIGITAL IS ABOUT CONTENT

- 
- ◆ Content strategy
Bart Lombaerts
 - ◆ Digital copywriting
Isabelle Bontridder
 - ◆ SEM Copywriting
Isabelle Bontridder
 - ◆ Social content & CM
Laurent Righetti
 - ◆ Content & channel plan
Curation tools
Ariane vanderveen
 - ◆ Vidéo advertising
Jean Vianney Philippe
 - ◆ Native advertising
Vincent Delmotte

COPY / CM FUNNEL

DIGITAL IS ABOUT CREATION

- ◆ Base technologique & langages de programmation
Hubert Delouvroy
- ◆ CMS / Paysage
Hubert Delouvroy
- ◆ User experience
Raphael de Robiano
- ◆ Design digital : Méthodologie
Benoît Vrins
- ◆ Principe d'ergonomie
Benoît Vrins
- ◆ Ergonomie mobile
Benoît Vrins
- ◆ Développement mobile
Paysage et technologie
Amandine Tihon

ERGONOMIE / CMS / CREA



DIGITAL IS ABOUT METRICS



- ◇ Data collect
Qualifio
- ◇ Datamining/Machine learning
Inquiry (pre/post)
Alexandre Portois
- ◇ DMP / Google alternative solutions
Gaëtan Godart
- ◇ Google Management Platform
Gaëtan Godart
- ◇ Metric's & KPI's
Aurore Devos
- ◇ Budget & Reco
Alexandre Frederick

DASHBOARD
RECO



PARTENARIATS

dentsu
AEGIS
network

Social.Lab

adweaver
STRATEGIC DIGITAL AGENCY

OO THE
OVAL
OFFICE
LIVE COMMUNICATION

ANT
UXL
BNT

creaxial
PARTO- strategia

HubSpot

OBJECTIFS DU MASTER



- Appréhender la transformation digitale et l'écosystème digital dans leur globalité
- Maîtriser les codes de la communication digitale
- Maîtriser l'environnement médiatique et identifier les canaux en fonction des objectifs
- Pouvoir coordonner les différents leviers médiatiques et optimiser les canaux
- Maîtriser les préceptes de l'inbound marketing
- Planifier et incrémenter un plan de contenu digital
- Gérer un projet de communication on et off line et coordonner les différents intervenants
- Maîtriser les outils de campaigning et de monitoring
- Être capable de mettre en œuvre une stratégie de référencement. En déterminer le contenu, le planning et le budget
- Appréhender le marketing direct et pouvoir établir des scénarios de marketing automation
- Appréhender les technologies inhérentes à la production digitale
- Comprendre les impératifs de la création digitale et être en mesure de coordonner une campagne créative
- Pouvoir établir une recommandation digitale transversale sur un projet
- Pouvoir budgétiser un projet digital
- Être en mesure de fixer des objectifs chiffrés et établir un dashboard digital

CRITÈRES D'ÉVALUATION / TIMING



- PROJET TRANSVERSAL :
 - Evaluation individuelle ou par groupe
 - Accompagné par le corps enseignant
 - Evaluation par un jury de professionnels
- EVALUATION INDIVIDUELLE :
 - Evaluation des connaissances théoriques et terminologiques (QCM) pour 30%
 - Questions ouvertes axées sur la bonne compréhension de la matière pour 40% de la note globale.
 - Hackaton : 4h pour répondre à un brief : 30%

TIMING (TBC)

- 3, 8, 10 et 12 septembre 2020



EMCD2020.SLACK.COM

AUTO-APPRENTISSAGE



CONGÉ ÉDUCATION

PASSION LED US HERE



MARDI & JEUDI

18h - 21h

SAMEDI

10h - 16h

VENDREDI

PARTENAIRES

TBD



PRESENTATIONS

Parcours :

Licencié IHECS en 2001 + Master en gestion de projet multimédia

2001 : Mémoire cinéma belge >> Création Creaxial sprl (Web Agency)

2004 : Account Manager Edge Communication (360° Below/Above)

2009 : Managing partner Wow Communication + Managing partner POP EYE Média

2015 : TOO / Director Digital & Communication strategy

2017 : Executive master : communication digitale

Profil :

Design/Intégration/Communication 360

Lipton / Toyota / Cointreaupolitan / Web4me / Cast Me / Pop Eye / Brussels light festival / Expo Toots

Clients :

Anderlecht, Axe, BNP Paribas, BMW, Chancellerie du 1er Ministre, Centre d'égalité des chances, Eurocontrol, Ferrero, Forest, Gini, In bev, Lipton, Ola, Toyota, Skynet,...





ET VOUS?

N'OUBLIEZ PAS LA COURTE BIO SUR SLACK

DEVENEZ ACTEUR DE VOTRE
TRANSFORMATION DIGITALE

