



EXECUTIVE
MASTER

//

COMMUNICATION
DIGITALE

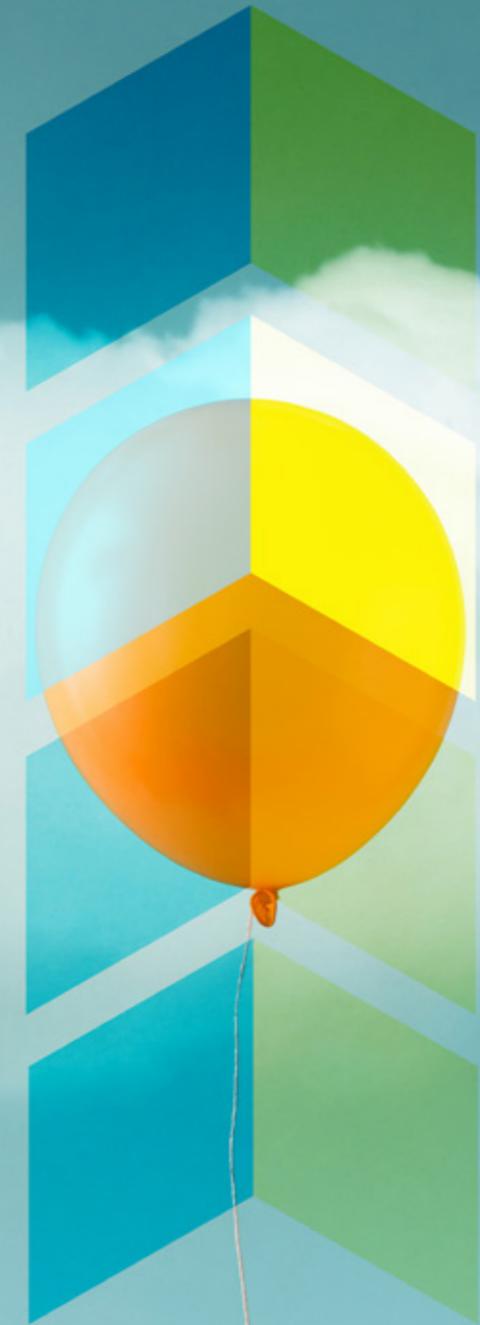
ACTEURS DE VOTRE TRANSFORMATION DIGITALE

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.

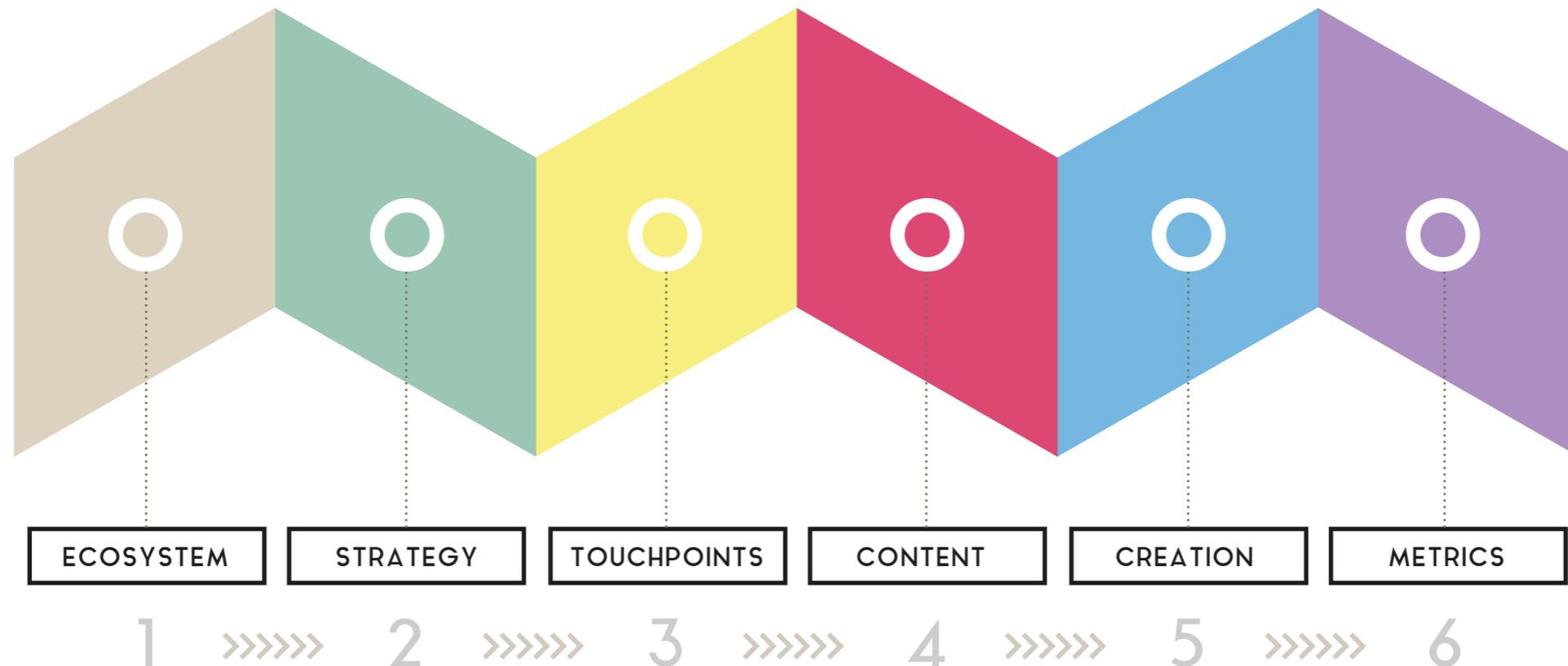


PUBLICS CIBLES



- ◆ 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.

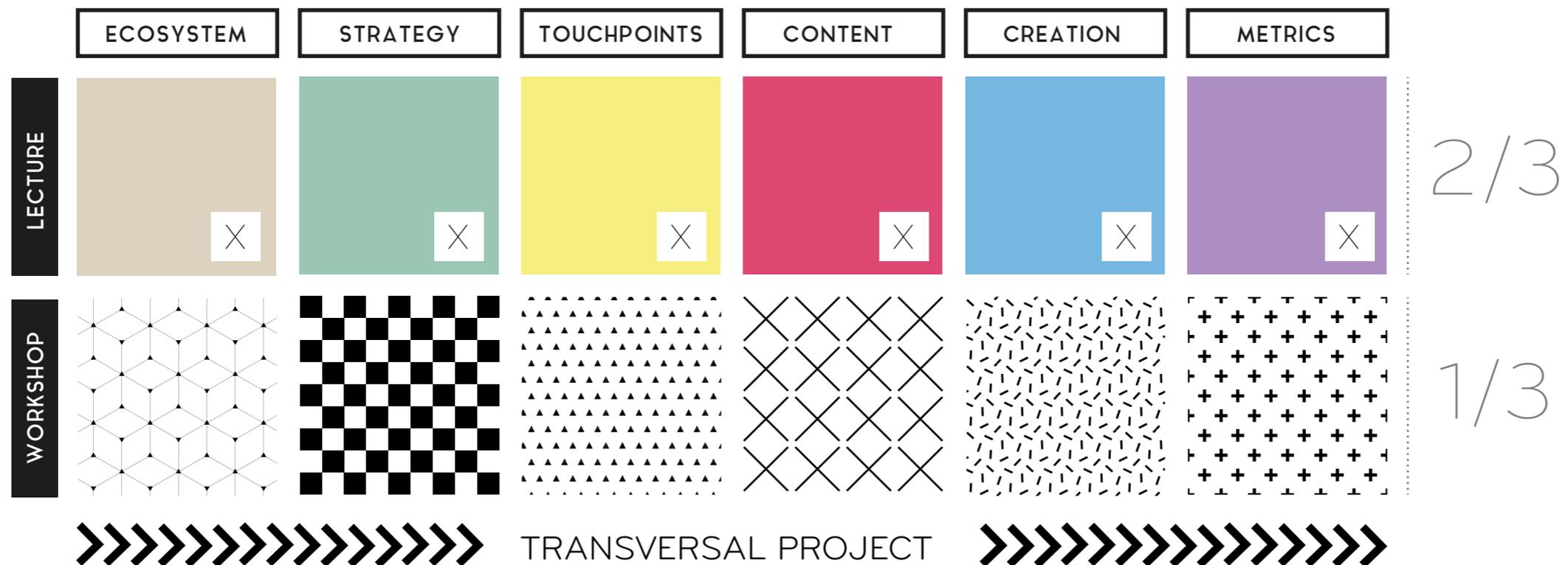
APPROCHE PEDAGOGIQUE



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
- ◇ Mutation de la communication
- ◇ Cibles : B2C, B2B & B2C
- ◇ Médias traditionnels VS digitaux
- ◇ Ecosystème belge & international
- ◇ Media Buying : nouveau paradigme
Real Time Bidding
- ◇ Environnement légal
- ◇ Monitoring & E-réputation
- ◇ E commerce

LE RÉSEAU
DES RÉSEAU



DIGITAL IS ABOUT STRATEGY



- ◇ Approche omnichannel
- ◇ Intégration digitale au sein du plan de communication
- ◇ Segmentation & positionnement
- ◇ Définition des objectifs
- ◇ Digital planning
- ◇ Digital Media Buying
- ◇ Consumer journey
- ◇ Inbound marketing
- ◇ Communication interne
- ◇ Communication institutionnelle

PLAN DE CAMPAGNE

DIGITAL IS ABOUT TOUCHPOINTS

- ◇ Display
- ◇ Réseaux sociaux
 - Facebook
 - Instagram
 - Linked in
 - Twitter
 - Snapshat
 - RSE
- ◇ Search Engine Marketing
- ◇ Video advertising
- ◇ Digital Public relations
 - Relations presse
 - On line publishers
 - Influenceurs
- ◇ Direct & CRM
- ◇ Native advertising
- ◇ Mobile marketing

CAMPAIGN'IN



DIGITAL IS ABOUT CONTENT

- 
- ◆ Formats de contenu
 - ◆ Digital copywriting
 - ◆ Marketing de contenu et référencement
 - ◆ Keywording
 - ◆ Mobile copywriting
 - ◆ Community management
 - ◆ User generated content
 - ◆ Dynamic content, adaptative content
 - ◆ Hyper personnalisation du contenu & déclinaison de formats
 - ◆ Jeux en ligne & captation de données

CONTENT LAB

DIGITAL IS ABOUT CREATION

- ◆ Nouveaux formats de création
- ◆ Base technologique & langages de programmation
- ◆ Opportunités technologiques
- ◆ Possibilité des canaux digitaux
- ◆ Développement mobile
- ◆ Appréhension des formats de création
- ◆ Processus créatif digital
- ◆ CMS / Paysage

TOOLBOX



DIGITAL IS ABOUT METRICS



- ◇ Metric's & KPI's
 - Terminologie
 - Objectifs
- ◇ Datamining/Machine learning Inquiry (pre/post)
- ◇ Budget
 - Répartition
 - Objectifs
 - Rapports
 - Financements

LET'S
DASHBOARD



PARTENARIATS

dentsu
ÆGIS
network

isobar

HubSpot

OO THE
OVAL
OFFICE
LIVE COMMUNICATION

| |
|-----|
| ANT |
| BXL |
| GNT |

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



DEVENEZ ACTEUR DE VOTRE
TRANSFORMATION DIGITALE

