



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.

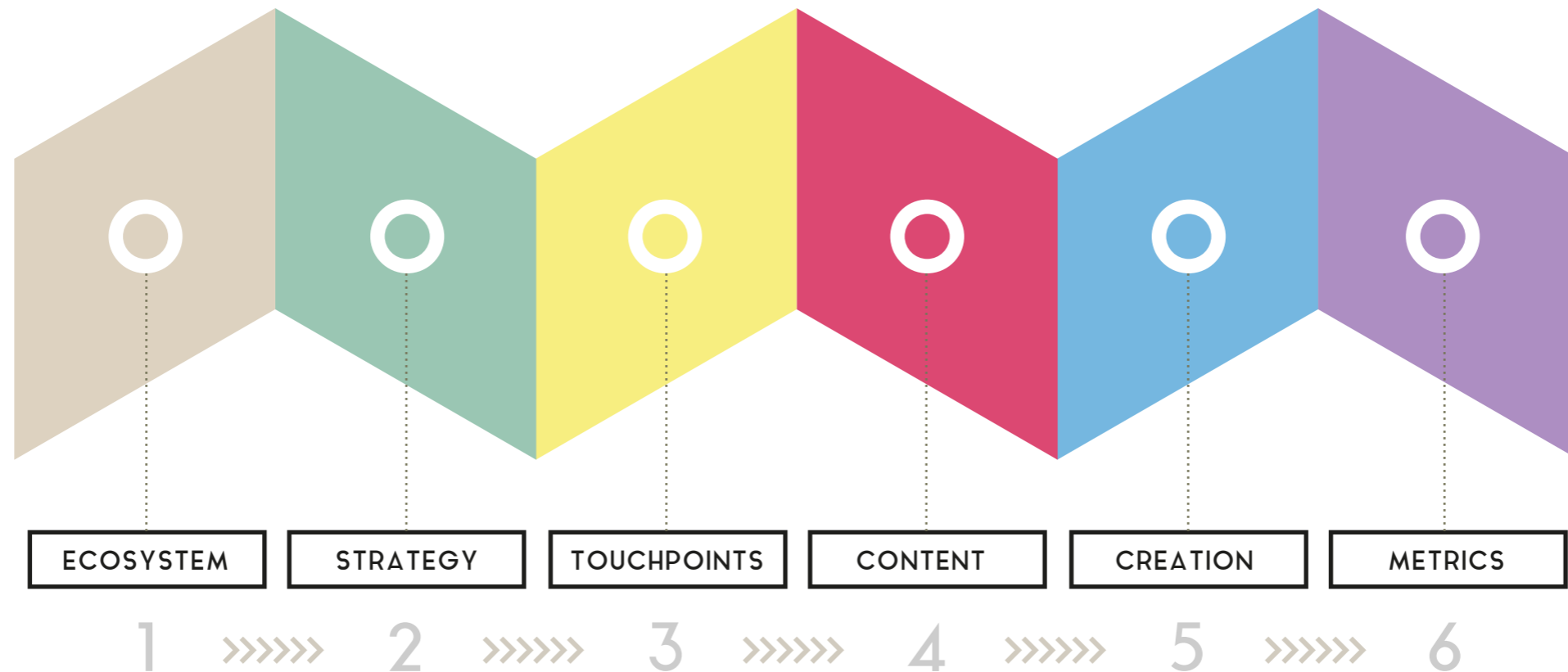


# PUBLICS CIBLES



- ◆ 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.

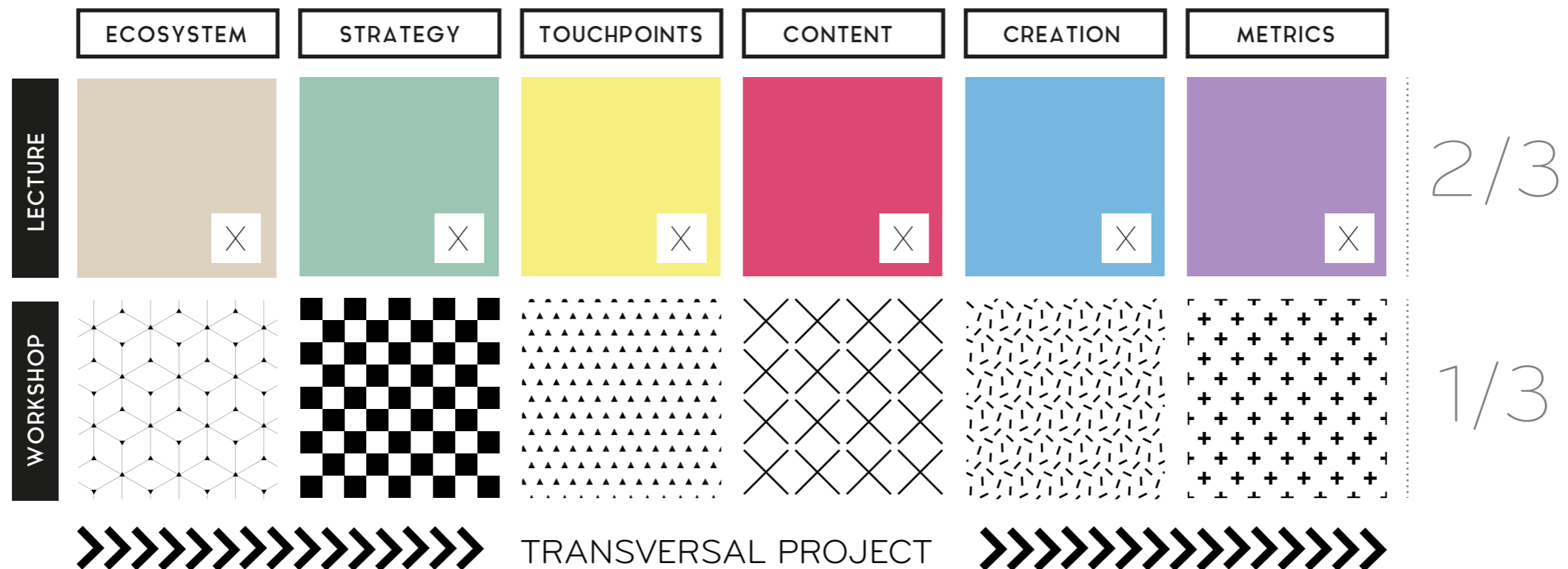
# APPROCHE PEDAGOGIQUE



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 RÉSEAUX  
DES RÉSEAUX



# 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

1  
ECOSYSTEME DIGITAL

4ème révolution industrielle  
Mutation de la communication  
Cibles : B2C, B2B & C2C  
Médias traditionnels Vs digitaux  
Ecosystème belge & international  
Media Buying : nouveau paradigme  
Real Time Bidding  
Environnement légal  
Monitoring & E-réputation  
E-business

LE RESEAU DES RESEAUX

Introduction en agence  
Présentation des participants  
Présentation des projets  
Les fondements de la communication

2  
DIGITAL IS ABOUT STRATEGY

Approche omnichannel  
Intégration digitale au sein du plan de communication  
Segmentation & positionnement  
Objectifs de communication  
Digital consumer journey  
Inbound marketing  
Digital planning  
Digital Media Buying  
Testing  
Communication interne  
Communication institutionnelle

PLAN DE COMMUNICATION

POE Media  
Recommandation stratégique  
Audit & Benchmarking

3  
DIGITAL IS ABOUT TOUCHPOINTS

Display  
Réseaux sociaux  
Facebook  
Instagram  
Linked in  
Twitter  
Snapchat/Pinterest/...  
RSE  
Search Engine Marketing  
Video Advertising  
Digital PR  
Relations presse  
On line publishers  
Influenceurs  
Direct & CRM  
Native advertising  
Mobile Marketing

CAMPAIGNING

Facebook & Instagram  
Google  
SEA  
SEO  
GDN  
Webvertising  
E-mailing  
Mailchimp  
CRM  
Automation

4  
DIGITAL IS ABOUT CONTENT

Formats de contenu  
Digital copywriting  
Marketing de contenu et référencement  
Keywording  
Mobile copywriting  
Community Management  
User generated content  
Dynamic content & Adaptive content  
Hyper personnalisation du contenu & déclinaison de formats  
Jeux en ligne & captation de données

CONTENT TOOLS

Xtra Tools  
Shazam  
Blippar, Hootsuite, Buffer  
Augmented reality  
Content / Channel Plan  
Keywording  
Community Management

5  
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

TOOLS & CREATION

Ergonomie  
Wireframing  
CMS  
Déploiement  
Paysage  
Environnement de développement  
Webvertising & Post creation  
Photoshop Basics

6  
DIGITAL IS ABOUT DATA

Metric's & KPI's  
Terminologie  
Objectifs  
Datamining/Machine learning  
Inquiry (pre/post)  
Budget  
Repartition  
Objectifs  
Rapports  
Financements  
Gestion de projets

METRIC'S & KPI'S

Dashboard  
Google Analytics  
Google Tag Manager  
Inbounng marketing software

COACHING

COACHING

COACHING

COACHING

COACHING



# 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

