

PROMOUVOIR LA CHASSE SUR INTERNET : STRATEGIE DIGITALE

Contenu pédagogique

Jour 1 : matin

Présentation de la formation : accueil, programme, intervenants, méthodes pédagogiques, évaluation des besoins et tour de table.

- La communication digitale comme vecteur de réussite
- Introduction à la communication digitale et ses avantages pour votre fédération
- Définition des objectifs à court, moyen et long terme pour votre stratégie de communication
- Identification des cibles et des supports et canaux de communication passés, présents et futurs pour votre fédération

Jour 1 : après-midi

- La communication digitale comme vecteur de réussite
- Les évaluation des ressources internes et externes disponibles pour votre stratégie
- Analyse des expériences de communication passées de votre fédération, résultats et évaluations
- Établissement d'un budget réaliste pour votre stratégie de communication

Jour 2 : matin

- Les canaux de communication, de Google aux influenceurs
- Découverte des différents canaux de communication à votre disposition, des médias sociaux aux campagnes publicitaires en passant par les canaux traditionnels
- Retour sur le offline et ses avantages
- Introduction au référencement naturel (SEO) et aux campagnes publicitaires (SEA)

Jour 2 : après-midi

- Les canaux de communication, de Google aux influenceurs
- Découverte des canaux de communication en ligne tels que les e-mails, les SMS, les applications mobiles et le remarketing
- Introduction à l'influence : des relations presse aux influenceurs
- Synthèse et choix des canaux prioritaires pour votre fédération

OBJECTIF

- Appréhender sa communication et se projeter dans le futur
- Comprendre les avantages et les enjeux de la communication digitale pour votre fédération
- Définir une stratégie de communication adaptée à votre fédération, avec des objectifs clairs à c...

PUBLIC CONCERNÉ

Tout public, plus particulièrement destinée aux directrices/directeurs de fédérations de chasse et chargé(e)s de communication.

PRÉREQUIS

Aucun

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthode pédagogique basée sur des méthodes participatives, explicatives et interrogatives et alternant apports théoriques et échanges d'expérience. Mise en pratique après chaque apprentissage théorique.

DURÉE

21.00h

Jour 3 : matin

- Se fixer des objectifs et les atteindre
- Introduction aux KPI et leur importance pour votre stratégie de communication
- Définition de vos propres KPI et choix des bons outils de collecte de données
- Validation de la fiabilité de vos données collectées
- Mise en place d'une stratégie prévisionnelle avec validation des temps de passage

Jour 3 : après-midi

- Se fixer des objectifs et les atteindre
- Découverte des outils d'analyse pour mesurer les résultats de votre stratégie

Évaluation de la formation et des connaissances acquises
NB : Chaque demi-journée de formation comprendra une présentation théorique et des exercices pratiques pour mettre en application les connaissances acquises.

Les participants travailleront également en groupe pour encourager l'interaction et l'apprentissage collaboratif.

Organismes et lieux de formation

- **E CONCEPTION** E-conception