



# Intitulé de la formation **Apprendre à faire son audit de communication et de marketing**

**Domaine** Entreprise digitale – Marketing digital Version 01/2024

**Éligible CPF** Non  Oui

## Objectifs

### Objectif de la formation

Auditer et cadrer les pôles marketing et communication digitale, dans son entreprise

### Objectifs pédagogiques (Être capable de...)

- Analyser son mix marketing afin de comprendre la base de son offre,
- Analyser sa structure de communication afin de déterminer ses points forts et les points faibles,
- Connaître les outils pour analyser sa communication digitale afin d'identifier ses points forts et axes d'améliorations.

**Durée :** 1 j de formation **Modalité :** Présentiel **Effectif :** De 4 à 10 personnes  
soit **7h par stagiaire**

**Accessibilité** Pour les personnes en situation de handicap, en amont de la formation, nous contacter afin de déterminer les aménagements à adapter.

## Public concerné

- Toute personne souhaitant analyser sa communication et son marketing
- Directeur, responsable ou chargé de communication,
- Salarié en charge de la communication,
- Chef d'entreprise

## Prérequis et niveau d'entrée

- Aucun

## Moyens et méthodes pédagogiques

- En début de formation, le formateur validera les attentes de chaque bénéficiaire pour une adaptation éventuelle.
- Apports théoriques alternés d'exercices pratiques sur l'existant, les projets d'entreprise
- Workbook à compléter : volet leviers de la communication du digital et volet stratégie de communication

## Évaluation

**De la satisfaction du module par le stagiaire**

- Questionnaire écrit

**Des acquis du stagiaire**

Type d'évaluation :

- QCM

Barème d'évaluation :

- Acquis (plus de 80% de réponses exactes)
- En cours d'acquisition (de 50 à 79%)
- À consolider (moins de 50% de réponses exactes)

## Qualité et profil de l'animateur

- animateur spécialisé intervenant pour le compte de CAMPUS XII<sup>e</sup> AVENUE

## Sanction de la formation

- **Attestation individuelle d'assiduité et de fin de formation**



## Contenu de formation

### ½ JOURNEE N°1

#### AUDIT - MARKETING ET COMMUNICATION STRATEGIQUE

- Analyse du Mix Marketing : Offre, Prix, Communication et Distribution
    - Analyse de son offre en ligne ou physique (catégorie produit)
    - Analyse de la politique prix
    - Analyse des canaux de distribution
    - Analyse de la cible : segmentation et positionnement de la marque
    - Vision et développement de l'entreprise
  - Analyse Communication Focus :
    - Volet stratégie (objectif annuel, message, cible, l'axe de communication, copy strat, localisation, les outils nommez les outils, plan de communication, KPI, ROI - Bilan de la communication annuel, budget, Rh / formation / outil - Organisation/ Qualité)
- *Livrable : Toile force et faiblesse*
- *Outil : Workbook*

### ½ JOURNEE N°2

#### AUDIT - LES LEVIERS DE LA COMMUNICATION DIGITALE

- Selon 7 catégories d'objectifs l'apprenant va reprendre les leviers du digital afin de les noter
  - Se faire connaître via les moteurs de recherches (site internet, google business, référencement sur Google)
  - Se faire connaître via des actions publicitaires (stratégie de PUSH) (les campagnes e-mailings et newsletter)
  - Se faire connaître via des actions (Stratégie de IN - blog)
  - Se faire connaître via les réseaux sociaux (Spécifique aux réseaux sociaux – développer sur les 7 plus puissants, vendre par les réseaux sociaux)
  - Se faire connaître au travers d'autres sites (publicité sur Google)
  - Se faire connaître par l'innovation (les influenceurs, une application mobile)
  - Se faire connaître grâce à de bon outil
- En fonction de ces objectifs, cela correspond à des outils/leviers qu'il va analyser face à la tendance du marché et de la concurrence.
- *Livrable : Toile force et faiblesse*
- *Outil : Workbook*

## Contact formation

<input type="checkbox"/>	Lionel DÉLÉRIS – 05 65 75 56 99 – l.deleris@campus12avenue.fr	Site de Rodez – intra et sur-mesure
<input type="checkbox"/>	Anne JEANJEAN – 05 65 59 59 03 – a.jeanjean@campus12avenue.fr	Site de Millau – inter, intra et sur-mesure
<input type="checkbox"/>	Céline LONGUET – 05 65 75 56 77 – c.longuet@campus12avenue.fr	Site de Rodez – inter
<input type="checkbox"/>	Amélie MOULY – 05 65 75 56 84 – a.mouly@campus12avenue.fr	Site de Rodez – intra et sur-mesure



Sous l'égide du Conseil Régional et de l'Agefiph, notre organisme de formation a signé la charte pour l'accueil des personnes en situation de handicap.

**EESC BUSINESS CAMPUS 12 - CAMPUS XII<sup>e</sup> AVENUE**  
 N° déclaration d'existence : 76 12 01010 12 - SIRET : 900 038 167 00012  
 Siège social : CAMPUS XII<sup>e</sup> AVENUE Cité de l'Entreprise et de la Formation  
 5 rue de Bruxelles BP 3349 12033 RODEZ Cedex 9  
 Site de Rodez : 5, rue de Bruxelles - Site de Millau : 38 boulevard de l'Ayrolle  
 Tél : 05 65 77 77 00 Mail : [fpc@campus12avenue.fr](mailto:fpc@campus12avenue.fr) Web : [www.campus12avenue.fr](http://www.campus12avenue.fr)