

Culture digitale

Acculturation digitale pour les journalistes et rédacteurs en chef

2 jours (14h00) | ★★★★★ 4,6/5 | ACD-JOURN | Code Certif Info : 94891 | Certification DiGiTT (non incluse) | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Digital & Multimédia › Média et efficacité digitale › Culture digitale



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Expliquer la transformation digitale appliquée aux médias et à leurs contraintes propres
- Mesurer l'importance vitale de l'engagement
- Déterminer sur quels leviers agir et pourquoi
- Décrypter les stratégies de contenus et le contenu Premium
- Identifier les nouveaux outils pour atteindre de nouveaux objectifs
- Développer de nouvelles aptitudes plus collaboratives et transversales.

Niveau requis

Aucun.

Public concerné

Toute personne travaillant au sein des salles de rédaction.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Jour 1

Le digital décrypté

- Les concepts et mots-clés du digital appliqués aux contenus
 - Le contenu vs SEO, Social, Mobile et Engagement
 - Définir les 10 concepts-clés du digital pour les médias et le contenu
 - Longue traîne, personas, UX, 3M...
- Qu'est-ce que le digital pour les médias ?
 - La conquête de nouveaux clients avant tout ?
 - Une stratégie de contenus pour plus d'engagement ?
 - Satisfaire la quête de sens du client ?

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Le journalisme aux clics est mort, vive le Premium !*
 - Focus sur le contenu : quelle est la finalité d'un contenu ?
 - Focus sur l'expérience utilisateur
 - Comment être véritablement original, utile et Premium ?

Le digital en pratique et au service de votre projet éditorial

- Intégrer le numérique dans son travail au quotidien (première partie)
 - Comment travailler de manière asynchrone et en situation de mobilité ?
 - Travailler en mode "start-up", la quête d'Agilité
 - Quels outils pour travailler autrement ?
 - Eventail de solutions

Jour 2

Le digital en pratique et au service de votre projet éditorial (suite)

- Accélérer le processus d'innovation éditorial (seconde partie)
 - Intégrer des profils différents : qu'est-ce que cela veut dire ?
 - Hackathon appliqué aux médias : comment abattre les murs pour résoudre un problème ?
 - Design Thinking pour envisager les projets autrement
 - Travailler en mode "Lab" : qu'est-ce que cela impose ?

Tour du monde de la transformation digitale en 10 médias

- 10 projets réussis de transformation digitale d'un média traditionnel au digital
 - Focus sur :
 - Les contenus éditoriaux
 - La publicité
 - Le marketing
 - Le mobile
 - L'abonnement numérique et le membership

Les méthodes pour accélérer la transformation digitale d'un média

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Une nouvelle génération de contenus au coeur de la stratégie digitale*

- Définir un objectif : développer l'engagement
- Qu'est-ce que l'innovation éditoriale ?
 - Tour de table de vos projets
- Classement des idées selon leur intérêt : êtes-vous disruptif ou pas ?
- Comment auriez-vous pu améliorer votre proposition ?
- Débat et perspectives : comment piloter un projet innovant ?

Certification (en option)

- Prévoir l'achat de la certification en supplément
- L'examen (en français) sera passé le dernier jour, à l'issue de la formation et s'effectuera en ligne
- La durée moyenne est de 2h00 et le score obtenu attestera d'un niveau de compétence

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)

Les + de la formation

Si vous choisissez de passer la certification DiGiTT, un test de positionnement appelé Diag ainsi qu'une Digithèque comprenant plus de 300 contenus seront mis à votre disposition.

Compétences visées

- Communiquer et travailler avec les autres grâce aux outils digitaux
- Créer, développer et partager les contenus numériques
- Se protéger des menaces liées à l'utilisation d'outils numériques
- Trouver et résoudre les problèmes liés à l'utilisation des outils numériques, rester à la pointe en faisant évoluer ses compétences
- Utiliser les moyens de communication en situation de mobilité
- Appliquer les techniques du marketing sur les supports numériques pour toucher les prospects et les clients
- Gérer de grandes quantités de données générées par les usages du numérique et intégrer les innovations
- Acheter ou vendre sur Internet grâce aux différents sites et plateformes, en toute sécurité.