

06

WEB & DIGITAL

- 23 - COMMUNITY MANAGEMENT
- 23 - GOOGLE ADWORDS
- 23 - GOOGLE ANALYTICS
- 24 - MARKETING INSTAGRAM & PINTEREST
- 24 - LA PUBLICITÉ FACEBOOK
- 24 - RÉFÉRENCEMENT GOOGLE (SEO)
- 25 - LE MARKETING DIGITAL : VIRTUEL GAGNANT
- 25 - CRÉER UN SITE WEB AVEC WORDPRESS
- 25 - PARCOURS GRAPHISTE

COMMUNITY MANAGEMENT



Être capable de mener une stratégie efficace de présence et de conversation avec sa communauté dans FaceBook



2 jours / 14 heures



Community managers, Managers de site web, Webmasters, Webmarketeurs, Responsables communication et marketing, Créateurs d'entreprise et dirigeants gérant eux-mêmes leur présence FaceBook.

- › La gestion de la relation client : définition et évolutions
- › Comprendre le rôle du community management dans une stratégie de présence sur FaceBook
- › Définir sa stratégie et son planning éditorial
- › Création de la page FaceBook : les bonnes pratiques
- › Comment créer et faire croître sa communauté
- › Bonnes pratiques pour améliorer l'engagement de sa communauté
- › Actionner les différents formats de posts
- › Focus sur les posts de type canvas : rôle, création et bonnes pratiques
- › Identifier et actionner ses ambassadeurs
- › S'améliorer en exploitant les statistiques des pages Facebook
- › Découverte du potentiel de la publicité FaceBook et sa complémentarité avec ses actions de community management



Un intervenant professionnel du community management sur FaceBook, qui vous fera bénéficier de son expertise très pratique. De nombreux cas réels seront abordés au cours de cette formation.

GOOGLE ADWORDS



Être capable de créer, tracer, affiner et optimiser ses campagnes de liens payants dans Google Adwords



2 jours / 14 heures



Managers de site web, Webmasters, Webmarketeurs, Responsables, communications et marketing, Créateurs d'entreprise et dirigeants gérant eux-mêmes leur site.

LES FONDAMENTAUX DE GOOGLE ADWORDS

- › Comprendre le système d'enchères
- › Définir sa stratégie mots-clé
- › Comprendre le rôle et le potentiel des différents types d'annonces
- › Optimiser le ciblage de ses annonces
- › Optimiser les textes de ses annonces
- › Optimiser son quality score
- › Lier Adwords et Google Analytics

CONCEPTS AVANCÉS DE GOOGLE ADWORDS

- › Comprendre le rôle des extensions d'annonce et pouvoir les mettre en oeuvre
- › Comprendre le potentiel du réseau Display, sa capacité de ciblage d'audiences et être capable d'y diffuser ses annonces
- › Comprendre le potentiel du remarketing et comment taguer son site efficacement
- › Démarches et pistes pour optimiser son budget Adwords

GOOGLE ANALYTICS



Être capable de prendre les bonnes décisions en matière :

- de stratégie d'acquisition de trafic
 - d'optimisation de la conversion du site
- Comprendre grâce à Google Analytics d'où viennent les visiteurs de votre site, qui ils sont et ce qu'ils font sur votre site.



2 jours / 14 heures



Managers de site web, Webmasters, Webmarketeurs, Responsables communications et marketing, Créateurs d'entreprise et dirigeants gérant eux-mêmes leur site.

LES FONDAMENTAUX DE GOOGLE ANALYTICS

- › Le point sur le rôle et les limites de Google Analytics
- › Affiner ses résultats en excluant le trafic fantôme et le spam
- › Optimiser le paramétrage de Google Analytics, le coupler avec la search console
- › Découvrir ou réviser les concepts et indicateurs de base

NOTIONS AVANCÉES DE GOOGLE ANALYTICS

- › Utiliser les segments et créer ses propres segments
- › Créer ses propres rapports personnalisés
- › Créer des vues et des filtres
- › Créer des alertes personnalisées
- › Comprendre et exploiter les entonnoirs multicanaux et les cohortes

MARKETING INSTAGRAM & PINTEREST



Acquérir les bonnes pratiques de marketing sur Instagram et Pinterest.



2 jours / 14 heures



Managers de site web, Webmasters, Webmarketeurs, Responsables communication et marketing, Créateurs d'entreprise et dirigeants gérant eux-mêmes leur site

LES FONDAMENTAUX D'UNE PRÉSENCE SUR INSTAGRAM

- › Comprendre le potentiel d'Instagram dans une stratégie digitale globale
- › Définir une stratégie éditoriale efficace
- › Créer un profil pro sur Instagram
- › Les us et coutumes sur Instagram : fréquence, ton, #hashtags, qualité des photos et filtres
- › Faire croître et entretenir l'intérêt de sa communauté
- › Utiliser stratégiquement son #hashtag de marque
- › Identifier et actionner efficacement ses influenceurs
- › Comprendre les statistiques de son profil
- › Applications complémentaires à Instagram

LES FONDAMENTAUX D'UNE PRÉSENCE SUR PINTEREST

- › Comprendre le potentiel de Pinterest dans une stratégie digitale globale
- › Définir une stratégie éditoriale efficace
- › Création du compte et des tableaux
- › Les us et coutumes sur Pinterest : fréquence de publication, épingles enrichies, #hashtags, descriptions, qualité des photos
- › Favoriser l'épinglage des photos de votre site/blog
- › Créer des épingles sponsorisées (dès lancement en France courant 2018)

LA PUBLICITÉ FACEBOOK



Être capable de créer, tracer, affiner et optimiser ses campagnes de publicité sur Facebook.



2 jours / 14 heures



Managers de site web, Webmasters, Webmarketeurs Responsables communication et marketing, Créateurs d'entreprise et dirigeants gérant eux-mêmes leur site.

LES FONDAMENTAUX DE LA PUBLICITÉ FACEBOOK

- › Comprendre le rôle de la publicité dans une stratégie de présence sur Facebook
- › Faire ses premiers pas dans le gestionnaire de publicité
- › Les différents types d'emplacements envisageables sur Facebook, Instagram ...
- › Comprendre et actionner les différents types d'annonces (carrousel, vidéo, canvas, collections, diaporamas ...)
- › Comprendre les enchères et maîtriser le coût de ses annonces
- › Comprendre et maîtriser les différentes options de ciblage
- › Créer la bonne audience pour vos campagnes de publicité (préenregistrées, similaires, remarketing, personnalisées ...)

CONCEPTS AVANCÉS DE LA PUBLICITÉ FACEBOOK

- › Comprendre le rôle et pouvoir utiliser le Business manager
- › Installation du pixel de conversion : erreurs et difficultés les plus courantes, bonnes pratiques à appliquer.
- › Créer des conversions personnalisées
- › Cas de la diffusion des campagnes dans Instagram : découverte des spécificités et bonnes pratiques qui permettent de convertir.
- › Cas de la création de publicités dynamiques sur la base d'un catalogue produits

RÉFÉRENCIEMENT GOOGLE (SEO)



Être capable de (re)définir sa stratégie Référencement naturel (SEO).
Être capable d'identifier les améliorations à effectuer sur son propre site web et de les réaliser soi-même.



2 jours / 14 heures



Managers de site web, Webmasters, Webmarketeurs Responsables communication et marketing, Créateurs d'entreprise et dirigeants gérant eux-mêmes leur site.

STRATÉGIE SEO

- › Les règles fixées par Google en 2018, facteurs favorables et défavorables
- › Découverte et échanges sur les stratégies de longue traîne, lien avec les stratégies de contenu.
- › Impact du SEO sur la structure hiérarchique d'un site, techniques du siloing et cocon sémantique

RECHERCHE ET IDENTIFICATION DES MOTS-CLÉS À CIBLER

- › Découverte et utilisation d'outils gratuits

SEO ET CONTENU DES PAGES

- › Optimisation des facteurs majeurs portant sur le contenu des pages

AUGMENTER LE TAUX DE CLIC DANS GOOGLE

- › Optimiser ses liens dans les pages de résultats
- › Cas des microdonnées

SEO ET EXPÉRIENCE UTILISATEURS

- › Optimisation des facteurs majeurs portant sur l'expérience utilisateur sur le site : accessibilité, rapidité de chargement des pages...

SEO ET BACKLINKS

- › Comprendre le rôle des backlinks dans le SEO des pages, stratégies de linking naturelles, ou « industrialisées ».

CAS PRATIQUES SEO

- › Audit collectif du SEO des sites des participants. Identification des améliorations à envisager.

DÉCOUVERTE DES PRINCIPAUX OUTILS UTILES EN SEO

- › Comparatif des principaux outils envisageables
- › Focus sur la search console de Google : installation, recueil des principales informations fournies par la search console, exploitation et prise de décision en conséquence

LE MARKETING DIGITAL : VIRTUEL GAGNANT



Comprendre les fondamentaux du marketing digital. Savoir identifier les outils et les canaux les plus adaptés à ses objectifs. Apprendre à orchestrer les différents canaux dans une logique globale de stratégie marketing.



2 jours / 14 heures



Créateurs, Chefs d'entreprise, Attachés de direction, Responsables commercial, Responsables marketing et communication, Chefs de produits, Conjointes collaborateurs...

COMPRENDRE POUR MIEUX S'ADAPTER

- › Comprendre les nouvelles attentes et comportements des clients
- › Quels sont les usages, comportements et sensibilités des mobinautes ?
- › Identifier le parcours client pour être présent là où il vous attend
- › Se poser les bonnes questions en amont pour mieux se lancer

DU MARKETING AU MARKETING DIGITAL

- › Web, smartphone, tablette : des technologies en évolution
- › Évaluer ses ressources : temps, compétences, moyens
- › Construire sa démarche webmarketing par l'approche Raffut-Speed

LES CLÉS DE LA STRATÉGIE WEBMARKETING

- › Stratégie de marque digitale : e-réputation et identité numérique
- › La base de données clients : enjeux, typologie et modèles
- › Les 4 clés d'une stratégie de marketing digital : transparence, interactivité, géolocalisation et 365-7-24
- › La stratégie de conversion et de fidélisation par l'approche multicanal

LE RÉFÉRENCIEMENT, CLÉ DE LA VISIBILITÉ SUR LE WEB

- › Référencement naturel et payant : quelle démarche adopter ?
- › Le choix des mots-clés : stratégie de contenu et validation
- › Impact sur la rédaction des textes Web

LES MÉDIAS SOCIAUX : CLÉ DE L'EXPÉRIENCE CLIENT DIGITAL

- › Cartographie des médias sociaux, blogs et forums
- › Comment communiquer et quelles actions sur les médias sociaux
- › Instaurer un marketing participatif et une relation de confiance avec ses clients

CRÉER UN SITE WEB AVEC WORDPRESS



Créer un blog ou un site Internet basé sur Wordpress



2 jours / 14 heures



Toute personne souhaitant créer un site internet et/ou un blog dynamique et simple.

PRE-REQUIS

- Être à l'aise avec l'ordinateur, maîtriser internet
- Avoir des notions en anglais

À PROPOS DE WORDPRESS

- › Qu'est-ce que WordPress ?
- › Les différences entre .org et .com
- › Fonctionnement de WordPress
- › Préparer et organiser le contenu

LE TABLEAU DE BORD

- › La barre d'outils
- › Les réglages de son site

ÉCRIRE DES ARTICLES

- › Différences entre articles et pages
- › Écrire et modifier son premier article
- › L'éditeur visuel en détail
- › Insérer un lien
- › Les catégories et tags
- › Publications et autres fonctions

ÉCRIRE DES PAGES

- › Publier des pages et les organiser
- › Hiérarchie et modèle

INSÉRER DES MÉDIAS

- › Insérer une image
- › L'image à la une
- › Les options avancées

- › Les galeries d'images

MODIFIER LA PRÉSENTATION

- › Outil « personnaliser »
- › Changer de thème
- › Découverte des widgets
- › Gérer les menus
- › Changer la page d'accueil

RAJOUTER DES FONCTIONNALITÉS AVEC LES EXTENSIONS

- › Installer une extension
- › Ajouter un formulaire de contact
- › Utilisation d'un constructeur de page
- › Traduire son site

RÉGLAGES DU SITE

- › Utilisateurs
- › Commentaires et rétroliens
- › Exporter et importer ses sites

PARCOURS GRAPHISTE

PHOTOSHOP ELEMENT



- › Apprendre à retoucher ses photos
- › Connaître les trucs et astuces des professionnels
- › Développer son sens créatif

PHOTOSHOP



- › La « rolls » des logiciels professionnels de retouche d'image,
- › Maîtriser les fondamentaux,
- › Appréhender l'interface
- › La gestion des couleurs, des calques, des masques, des effets

ILLUSTRATOR



- › Création de dessins vectoriels (flyers, affiches, menus, 4*3...)
- › Réaliser des illustrations composées de dessins vectoriels

INDESIGN



- › Gestion de documents et de mise en page (revues, romans... documents longs),
- › Maîtriser les outils
- › Réaliser des compositions et de la mise en page professionnelle

Les +

- 5 personnes maximum par séance
- Parcours individualisé à votre niveau et à votre rythme
- Un ordinateur attribué par personne
- Ateliers pratiques
- Développement d'applications spécifiques à votre activité
- Vous êtes accompagné par un formateur qui vous aide dans votre progression