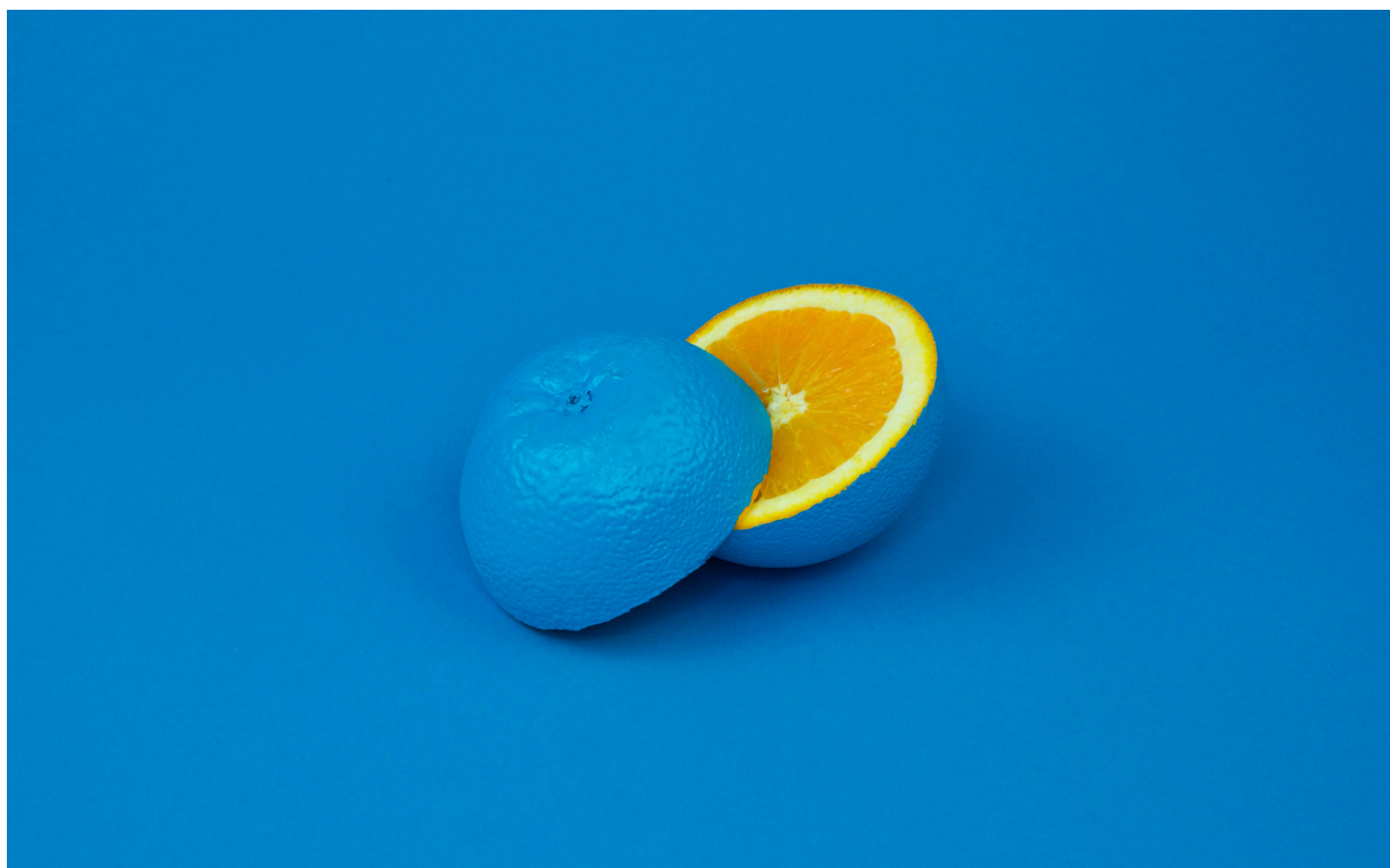


PROGRAMME DE FORMATION - 9 JOURS (70 HEURES)

PACK WEBMARKETING : MIEUX COMMUNIQUER

Année 2023



FORMATRICE
MARIE-PIERRE LETORT

sapsa

DESCRIPTION DE LA FORMATION

Prérequis : aucun

La formation peut être séquentielle. Elle peut s'effectuer en tout ou partie à distance, le cas échéant en dehors de la présence des personnes chargées de l'encadrement.

La nature des travaux demandés au stagiaire et le temps estimé pour les réaliser :

Mettre en place sa communication webmarketing au travers des outils abordés : réseaux sociaux, emailing, outils Google et administration du site web.

Le temps estimé pour la réalisation entre dans le temps imparti à la formation : 9 journées de 7 ou 8 heures, pour un total de 70 heures.

Les modalités de suivi et d'évaluation spécifiques aux séquences de formation présentielle, ouverte ou à distance :

L'évaluation se fera sur le travail effectué durant la formation et la compréhension des instructions. L'analyse statistique et la campagne pub, qui sont des produits finis, seront les supports de l'évaluation.

Les moyens d'organisation, d'accompagnement ou d'assistance,

pédagogique et technique, mis à disposition du stagiaire :

La formatrice dispose de supports de cours imprimés seront distribués au stagiaire d'avoir un support d'aide pour mémoire après la formation. Ce support reprend les spécificités techniques des campagnes emailing vues durant la formation. Le stagiaire fournit son ordinateur et la connexion du site web lorsque la formation est effectuée en intra, à l'adresse du stagiaire. La formatrice fournit la connexion web si la formation se déroule au siège de l'organisme de formation. Après la formation, la formatrice se tient à la disposition du stagiaire pour répondre à ses éventuelles difficultés. Un décret précise les modalités d'application du présent article.

Adaptation de la formation

La formation pourra être adaptée suivant le profil du stagiaire et sa demande spécifique

Compétences acquises

Le stagiaire développera les compétences et connaissances suivantes : Les réalisations techniques, le choix de l'iconographie aussi bien que la rédaction des contenus sont encadrées par la formatrice.

OBJECTIFS

LA FORMATION DONNE LIEU A UNE ATTESTATION MENTIONNANT LES OBJECTIFS ET LES RÉSULTATS DES ACQUIS DE FORMATION.

- Acquisition des techniques opérationnelles d'administration de site web
- Maîtrise de l'animation des réseaux sociaux et des outils liés
- Connaissance et application des règles de base en référencement SEO avec les outils Google
- Compréhension des principes de base du marketing, de l'e-marketing et de la communication dans sa globalité
- Maîtrise de l'envoi d'emailing commercial, analyse des statistiques et relance

ORGANISATION

Le module se déroule sur deux journées

RÉSEAUX SOCIAUX : ANIMER SA COMMUNAUTÉ

JOUR 1

1. Les missions du community manager

Présentation des compétences, ses missions et sa place au sein des équipes

2. Mettre en place une stratégie de veille

- Évaluer son e-reputation
- Monitoring , veille et analyse : les outils à mettre en place

3. Définir ses objectifs et connaître les outils

- Définir ses objectifs et les réseaux sur lesquels être présent : Facebook, Instagram, Twitter, SnapChat, Linked In
 - et Viadeo
 - Établir une stratégie cross-média et mesurer la performance (KPI)
Connaître et utiliser des outils
-

JOUR 2

- Community manager : mettre en place les profils Comprendre les clés du succès
- Créer et animer une page
- Faire connaître sa page grâce aux campagnes publicitaires. Suivre les évolutions et les nouvelles fonctionnalités. Acquérir des followers
- Saisir des nouvelles opportunités sur les réseaux sociaux 5. Savoir écrire et mettre en valeur ses posts
- Picture marketing : connaître les outils
- Écrire pour le web et identifier les mots clés

ADMINISTRATION DE SITE INTERNET

ORGANISATION

Le module se déroule sur deux demi-journées

ORGANISATION DU MODULE

Le module se déroule sur deux demi-journées

MATIN - 4H

LES OBJECTIFS DU SITE INTERNET

La promotion du site internet : le référencement

- Introduction au référencement et aux mots-clés

Le contenu : textuels et visuels

- Les spécificités de l'écriture web
- L'ergonomie du site Wordpress
- Présentation, exemples et références
- Les plugins et templates

APRES-MIDI - 4 H

OBJECTIFS DE LA PROMOTION INTERNET

Avant l'installation

- L'hébergement, le nom de domaine
- Les outils nécessaires
- L'architecture du site, les contenus et les visuels
- Le design du site

Pratique : création du site

- Paramétrages du site et des plugins de base
- Création de l'architecture
- Mise en place de Google Analytics pour les statistiques

L'après-site et les mises à jour

- La maintenance et les mises à jour
- Les plugins optionnels disponibles
- Optimiser son référencement
- Les réseaux sociaux

La formation donne lieu a une attestation mentionnant les objectifs et les résultats des acquis de formation.

AMÉLIORER SA VISIBILITÉ AVEC GOOGLE ANALYTICS ET ADWORDS

ORGANISATION

Le module se déroule sur trois journées

Jour 1

MATIN
APPORTS THÉORIQUES

- 1. Comprendre et identifier les Indicateurs Clés de Performance (KPI)**
 - Définir les objectifs du site : trafic, notoriété, vente, leads, contacts,
 - Les indicateurs de performance : campagnes marketing online ; contenus du site ; ergonomie du site ; E-Commerce.
 - Calculer son Retour sur Investissement (ROI). Hiérarchiser et interpréter les KPI.

APRES-MIDI
STATISTIQUES

- 2. Connaître les différentes solutions de mesure d'audience**

Jour 2

MATIN
REPORTING

- 1. Maîtriser les fonctionnalités avancées**
 - Les segments personnalisés. Les alertes. Les vues et filtres.
 - Les variables et valeurs personnalisées. Google Tag Manager.

- 2. Mettre en place un reporting Les différents types de reporting : rapports automatiques, tableaux de bord sur mesure.**

APRES-MIDI
ACTIONS CORRECTIVES

- 3. Interpréter les statistiques et mettre en place des actions correctives**
 - Optimiser ses campagnes e-marketing (référencement naturel, liens sponsorisés, emailing, bannières...).
 - Améliorer ses contenus et l'ergonomie. Augmenter le taux de conversion.

- 4. Analyse de vos campagnes et Optimisations des performances**
 - Les indicateurs à surveiller : tracking Adwords et Analytics
 - Les outils de mesure : enchères, taux d'affichage, ...
 - Les outils d'optimisation des enchères

MATIN
ADWORDS
CAS PRATIQUE

- 1. Définition des indicateurs essentiels d'Adwords**
 - Le Quality Score
 - Quel est le Principe du QS ? Comment l'optimiser ?
 - CPC, CTR, Clics, Conversions, CPA, etc.
 - Le Système d'enchère : Répartition des slots d'annonces, comment sont définis les positions

- 2. Réussir sa campagne Adwords**
 - Les objectifs d'une campagne Adwords et la structure d'un compte Adwords
 - Explication théorique de l'arborescence d'un compte Adwords
 - Paramètres de campagne : Calendrier de diffusion et appareils et options avancées (rotation des annonces, option de situation géographique, etc.)

APRES-MIDI
ADWORDS
CAS PRATIQUE

- 3. Cas pratique : création campagne, groupe d'annonces, mots clés, annonces et extensions**
 - Règles relatives à la rédaction des annonces (Trademark, La balise Keywords, etc.). Modification d'une annonce : comment optimiser ?
 - Les extensions d'annonce / Les pages d'atterrissage
 - Conseils sur le choix des mots clés, Typologie de mots clés, Les différents modes de ciblage, Les mots clés à exclure

Jour 3

La formation donne lieu a une attestation mentionnant les objectifs et les résultats des acquis de formation.

TARIF : 2100 EUROS (TVA non applicable)
DUREE : 9 journées de 7 ou 8 heures, soit 70 heures
LIEU : formation à distance, en ENTREPRISE (département 65, 64 ou 40)
Ou au centre de formation (accessibilité personnes en situation de handicap)
Délai d'accès : début de la formation dans les 3 mois suivant la validation
de la convention de formation.



Pour s'inscrire à cette formation ou en savoir plus, rien de plus simple :
Envoyez votre demande par email : bilan.sapsa@gmail.com ou appelez
directement au 06.64.04.15.36

La formation donne lieu a une attestation mentionnant les objectifs et les résultats des
acquis de formation.

MARIE-PIERRE LETORT

FORMATRICE

"Avec plus de dix années d'expérience en
webmarketing, j'accompagne aujourd'hui les
entreprises dans leur stratégie de
développement.

Au travers de la communication web notamment :
le choix de la stratégie (cibles, prix,...), la prise en
main technique des outils,

l'accompagnement du marketing tout au long de
l'année..."



**MARIE-PIERRE
LETORT**
FORMATRICE

LE CATALOGUE DE FORMATIONS

- Référencement naturel et payant : mesurer et développer sa communication web
- Réseaux sociaux : animer sa communauté
- Emailing : valoriser son fichier client
- Améliorer sa visibilité avec Google Analytics et Adwords
- Administrer ou créer un site internet Wordpress

Marie-Pierre Letort

SIRET 51066154900046

N°organisme de formation : 75400134640

705 avenue Larrigan

40510 SEIGNOSSE

Tel : 06 64 04 15 36

Email : bilan.sapsa@gmail.com

Linked In : Marie-Pierre Letort

T.V.A.Non applicable