



REFERENCES REGLEMENTAIRE :

- Articles L.6353-1 du Code du Travail
- Les C.G.V et règlement intérieur sont consultable sur notre site internet



PRE-REQUIS :

Il est nécessaire d'avoir de l'expérience professionnelle sur un poste et/ou dans les métiers du marketing.
Maîtrise des fondamentaux du graphisme, de l'usage des outils informatiques et de l'environnement du web.



PUBLICS CONCERNES :

Cette formation s'adresse à tout public.



DELAIS D'ACCES :

Dates à convenir ensemble, formation disponible toute l'année en présentiel ou distanciel.



MODALITES D'ACCES :

L'accès à nos formations peut-être initié, soit par l'employeur, soit à l'initiative du salarié avec l'accord de ce dernier, soit à l'initiative propre du salarié.



ACCESSIBILITES :

Les personnes en situation d'handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.



1 à 8 personnes



E-learning

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Notre objectif est de vous rendre immédiatement opérationnel.

Les apprentis seront capables de :

- Appliquer les fondamentaux du référencement naturel et augmenter le nombre de visites de façon significative dans les premières positions des différents moteurs de recherche
- Utiliser les techniques de la rédaction pour le web en prenant en compte la problématique du référencement naturel en optimisant son contenu
- Recruter des contacts sur les réseaux sociaux
- Elaborer une communication efficace autour de son E-Marketing

MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

Un intervenant qualifié accompagne les participants pendant toute la durée de la formation. Nous mettons à disposition des ordinateurs, salle de réunion, une imprimante, des supports de cours et un accompagnement informatique :

- Présentation et étude de cas
- Exercices et applications sur des cas concrets
- Participation active
- La pédagogie est adaptée à tous

MODALITES D'EVALUATION

- Exercices
- Feuille de présence
- Évaluation des acquis du stagiaire par mises en situation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de formation



CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Les fondamentaux du Community Manager

- ❖ **Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux**
 - L'histoire des réseaux sociaux
 - Les tendances 2021- partie 1 / les chiffres clés
 - Les tendances 2021- partie 2 / les chiffres clés
 - Pourquoi miser sur les réseaux sociaux

- ❖ **Module 1.2 : Le Community Manager**
 - Qui est le Community Manager
 - Les qualités du Community manager
 - Les bonnes pratiques - 1 : choisir le bon format
 - Les bonnes pratiques - 2 : création de contenu
 - Les bonnes pratiques - 3 : penser mobile first
 - Les bonnes pratiques - 4 : socials ads
 - Les bonnes pratiques - 5 : engagement
 - La veille quotidienne

- ❖ **Module 1.3 : La communauté du Community manager**
 - Comprendre et entretenir sa communauté
 - Construire et développer sa communauté

• **Quiz module 1**

Module 2 : La base des réseaux sociaux

- ❖ **Module 2.1 : Facebook**
 - La présentation de Facebook
 - La différence entre un profil, une page et un groupe
 - La création d'une page Facebook
 - Définir les objectifs de sa page
 - Quelques conseils pour animer votre page Facebook
 - L'algorithme Facebook
 - La sponsorisation Facebook

- ❖ **Module 2.2 : Instagram**
 - Les bases d'Instagram – Partie 1
 - Les bases d'Instagram – Partie 2
- ❖ **Module 2.3 : LinkedIn**
 - LinkedIn



❖ **Module 2.4 : YouTube**

- Les bases de YouTube – Partie 1
- Les bases de YouTube – Partie 2

❖ **Module 2.5 : Twitter**

- Les bases de Twitter

❖ **Module 2.6 : TikTok**

- Les bases de TikTok

❖ **Module 2.7 : Pinterest**

- Pinterest : Comment mettre en place une stratégie
- Pinterest : Anatomie
- Pinterest : Marketing – Partie 1
- Pinterest : Marketing – Partie 2
- Pinterest : 7 étapes

❖ **Module 2.8 : Snapchat**

- Les bases de Snapchat

Quiz module 2

Module 3 : Cerner les enjeux comportementaux des internautes pour construire votre projet social media

- Les indicateurs clés de performance à analyser
- La e-réputation
- La veille concurrentielle et la veille sociale médias

❖ **Module 3.1 : Le projet social media**

- Le projet social média
- Chef de projet
- Planification
- Le Cycle de vie du projet - Exploration
- Le Cycle de vie du projet – Préparation
- Le Cycle de vie du projet - Mise en œuvre
- Le Cycle de vie du projet - Finalisation
- Le reporting
- Exemples de projets social média
- Création de contenus et budgets
- Diffusion du contenu

• **Quiz module 3**



Module 4 : Mettre en place une stratégie Social Média

- Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle
- Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise
- Le Brand content et le modèle POEM - Partie 1
- Le Brand content et le modèle POEM - Partie 2
- Les outils d'organisation
- Les outils de veille - partie 1
- Les outils de veille - partie 2
- Les outils de création - partie 1
- Les outils de création - partie 2
- Les outils de création - partie 3
- Les outils de planification

- **Quiz module 4**





Module 5 : Pinterest Ads

❖ **Module 5.1 : Premier pas sur Pinterest**

- Introduction du module
- L'histoire de Pinterest
- Les tendances Pinterest
- Le fil d'actualité
- Les fonctionnalités Pinterest
- L'algorithme Pinterest - Partie 1
- L'algorithme Pinterest - Partie 2
- L'algorithme Pinterest - Partie 3
- L'algorithme Pinterest - Partie 4

Cas pratiques

Exercice 1

Correction de l'exercice 1

Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation

❖ **Module 5.2 : le moteur de recherche Pinterest**

- La recherche par mot-clé
- La recherche visuelle

Cas pratiques

Exercice 2

Correction de l'exercice 2

Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation

❖ **Module 5.3: Pinterest, pour quel type d'entreprise ?**

- Blogueur
- Commerce de détail local ou service local

Cas pratiques

Exercice 3

Correction/ Auto-évaluation – Exercice 3

❖ **Module 5.4 : La création de contenu sur Pinterest**

- Comment créer une adresse Gmail ?
- Comment créer un bloc test ?
- Comment créer une identité de marque sur Canva ?
- Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 1
- Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 2
- Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 3

Cas pratiques

Exercice 4

Correction de l'exercice 4/ Auto-évaluation – Partie 1

Correction de l'exercice 4/ Auto-évaluation – Partie 2

Formation : Maitrise L'e-commerce



Durée

26 Heures

❖ **Module 5.5 : La sponsorship sur Pinterest**

- Créer une annonce
- Utiliser les outils Pinterest pour suivre les performances
- Analyser les performances - Partie 1
- Analyser les performances - Partie 2
- Analyser les performances - Partie 3

Cas pratiques

Exercice 5

Correction de l'exercice 5

Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation

- **Quiz Pinterest**





Module 6 : TikTok Ads

❖ **Module 6.1 : Origine de l'application TikTok**

- Introduction
- L'histoire de TikTok
- Comment fonctionne TikTok ? - Partie 1
- Comment fonctionne TikTok ? - Partie 2

Cas pratiques

Exercice 6

Correction/Auto-évaluation Exercice 6

❖ **Module 6.2 : TikTok Business Manager**

- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 1
- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 2
- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 3
- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 4
- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 5
- Étude de cas

Cas pratiques

Exercice 7 3'34

Correction/Auto évaluation exercice 7 – Partie 1

Correction/Auto évaluation exercice 7 – Partie 2

❖ **Module 6.3: Comment créer un TikTok Ads**

- Annonces - Partie 1
- Annonces - Partie 2
- Mesures - Partie 1
- Mesures - Partie 2

Cas pratiques

Exercice 8

Correction/Auto évaluation exercice 8 – Partie 1

Correction/Auto évaluation exercice 8 – Partie 2

❖ **Module 6.4 : Quels contenus créer sur TikTok Ads ?**

- Créer une vidéo TikTok sur Canva ?
- Comment créer un TikTok Ads ?
- Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 1
- Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 2

Cas pratiques

Exercice 9

Correction/Auto évaluation exercice 9 – Partie 1

Correction/Auto évaluation exercice 9 – Partie 2

Exercice 10

Correction/Auto évaluation exercice 10



Module 7 : SnapChat Ads

❖ **Module 7.1 : Snap, comment ça fonctionne ?**

- Introduction du module
- L'histoire de Snapchat – Partie 1
- L'histoire de Snapchat – Partie 2
- Le logo de Snapchat
- Les chiffres clés
- Bien démarrer Snapchat – Partie 1
- Bien démarrer Snapchat – Partie 2
- Les fonctionnalités
- Snapchat, pour quel type d'entreprise ?

❖ **Module 7.2 : Snapchat Business Manager**

- Bien démarrer avec Snapchat For business
- Les SnapChat Ads

❖ **Module 7.3 : Comment créer une annonce sur SnapChat**

- Pourquoi utiliser la publicité SnapChat
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 1
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 2
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 3
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 4
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 5
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 6

❖ **Module 7.4 : Comment élargir son influence sur SnapChat**

- Comment élargir son influence sur Snapchat ?
- Quelle stratégie de communication ? – Partie 1
- Quelle stratégie de communication ? – Partie 2
- Comment mesurer votre influence sur Snapchat ?

• **Quiz : SnapChat**



Module 8 : Le référencement

❖ **Module 8.1 : Le référencement, comment ça fonctionne ? (PDF)**

- Introduction du module
- L'utilisation du marketing viral
- Le référencement gratuit (SEO)
- Le référencement payant (SEA)
- L'utilisation de Google Adwords
- L'utilisation des campagnes e-mailing et newsletters
- L'utilisation d'autres leviers de référencement (réseaux & médias sociaux, blogs/forums, influenceurs, ...)
- Utiliser les statistiques de Google Analytics

❖ **Module 8.2 : Le site internet (PDF)**

- Introduction du module
- Initiation aux réseaux (Internet, Intranet)
- Notion de webdesign
- Techniques et notion de développement de sites internet
- L'optimisation du site pour le référencement naturel
- Les actions de référencement et de positionnement

