



# **WEB MARKETING - niveau 1**

## **Savoir Maîtriser les fondamentaux des réseaux sociaux et du digital**

Qu'est-ce que le Digital et les réseaux sociaux ? Des applications de nouvelle génération, et de nouveaux usages où l'internaute devient acteur. Des changements sociologiques qui s'appuient sur des innovations techniques majeures. Cette formation vous permettra de faire le point sur ces nouveaux outils, comprendre comment les français les utilisent et quel intérêt ils présentent pour les entreprises. Attirer et séduire encore plus de visiteurs, les inciter à acheter puis les fidéliser, tels sont les principaux objectifs de la communication via le web, sur les mobiles et tablettes. Cette formation au marketing digital apporte les derniers outils pratiques et les méthodes opérationnelles récentes à mettre en œuvre pour communiquer efficacement sur les médias digitaux.

### **OBJECTIFS DE LA FORMATION :**

- **Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux.**
- **Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement.**
- **Décrypter les usages qu'en font les entreprises.**
- **Attirer, conquérir, et fidéliser sur le web**
- **Mieux cibler ses clients à tout moment, en tout lieu, et sur tous supports.**
- **Développer le trafic vers son site, les taux de conversion et de fidélisation.**
- **Suivre ses campagnes par les bons indicateurs de performance (KPI).**
- **Optimiser ses ventes et son retour sur investissement (ROI).**



### **Public visé :**

Chef d'entreprise débutant sur les réseaux sociaux et désirant se familiariser avec les réseaux et les médias sociaux.

### **Prérequis :**

- Disposer d'un ordinateur portable personnel
- Avoir un niveau intermédiaire en informatique de base : navigation internet, envoi de mails, création de comptes, ...
- Avoir une bonne maîtrise de la compréhension écrite et orale de la langue française
- Aucun niveau d'études requis

### **Modalités de contrôle préalable :**

Entretien téléphonique ou physique avec la responsable pédagogique

### **Moyens pédagogiques :**

Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : exposés, aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application, études de cas ou présentation de cas réels.

### **Moyens techniques :**

Salle équipée : vidéo-projecteur, paper board, imprimante/copieur, wifi.

### **Moyens d'encadrement :**

Les formateurs qui animent la formation sont des spécialistes des sujets abordés, dotés de plusieurs années d'expérience dans leur domaine, et occupant des postes à responsabilités en entreprise.



## PROGRAMME DETAILLE DE LA FORMATION

### Jours 1 & 2

#### 1 – Savoir identifier les nouveaux usages du Digital

- Comprendre les internautes et leur mode de communication.
- Connaître les notions de Web 2.0, Web social, Web collaboratif et d'intelligence collective.

#### 2 – Connaître les blogs et wikis

- Comprendre les principes clés et usage des blogs, wikis.
- Présentation de la blogosphère.
- Connaître la complémentarité avec un site internet ?
- Comprendre le fonctionnement d'un blog ( article, commentaire, trackback...).

#### 3 – Savoir utiliser les réseaux et les médias sociaux

- Connaître les utilités, usages, et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Snapchat,...
- Connaître Facebook :
  - Connaître les différents formats : profil, page, groupe ;
  - Savoir à quoi sert les fan pages des marques ;
  - Connaître le Edge Rank de Facebook, la publicité Facebook



- Connaître Twitter :
  - Connaître fonctionnalités et usages
  - Maîtriser le vocabulaire : tweet, hashtag, followers...
  - Savoir les intérêts que cela représente pour une entreprise
  
- Connaître LinkedIn et Slideshare :
  - Connaître les usages professionnels individuels : comment optimiser son profil
  - Connaître les intérêts et usages par les entreprises
  - Savoir utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel
  - Connaître les fondamentaux d'une chaîne YouTube : quelle place dans les dispositifs médias sociaux des entreprises ?
  - Connaître Picture marketing : communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat.
  - Maîtriser la vidéo en direct : Twitter (Periscope), Facebook Live, YouTube Live, ...

#### **4 – Réussir à avoir une e-reputation et maîtriser la veille en ligne**

- Connaître l'identité numérique, personal branding et e-reputation : l'importance du moteur de recherche.
- Savoir mettre en place un dispositif de veille.

#### **5 – Connaître le futur du Web**

- Connaissance du principe de fonctionnement de la réalité augmentée et la réalité virtuelle.
- Connaître les objets connectés - IoT.



## Jours 3 & 4

### 1/ Savoir cibler le consommateur à tout moment

- Connaître le paysage technologique en évolution : web, mobile, tablettes, IoT.
- Maîtriser la connectivité et géolocalisation : à tout moment, en tout lieu et sur tout support.
- Identifier les stratégies de ciblage et de collecte de données des consommateurs sur le web, mobile et cross canal.

### 2/ Réussir à structurer et piloter ses actions Web, mobile et cross canal

- Mettre en place un plan e-communication de conquête et fidélisation.
- Réussir à analyser les données fondamentales des tableaux de bord et outils d'analyse de campagne : web analytics, KPI, ROI.

### 3/ Réussir à générer du trafic sur le Web et mobile

- Les stratégies de référencement sur les moteurs de recherche (SEM) : SEO, SEM, SMO
- Les partenaires et l'affiliation.
- Les leviers promotionnels, le display (native ads, programmatique) sur web et mobile.

### 4/ Augmenter le taux de conversion des internautes

- Stratégies de navigation UX sur les sites Web et Responsive design sur mobile et tablettes
- Cartographie des techniques de conversion Web et mobile : teasing, videos, jeux, concours...
- Les médias sociaux pour prospecter et commercialiser : LinkedIn et Twitter.

### 5/ Utiliser les médias sociaux pour fidéliser

- Définir des objectifs et identifier ses communautés.
- Exemples sur Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube pour fidéliser et engager.
- Mesure de la fidélisation à chaque étape du parcours client sur le web et le mobile.



## ORGANISATION & FONCTIONNEMENT DE LA FORMATION

**Durée totale de la formation :** 4 jours (28 heures)

**En groupe de :** 15 personnes maximum

**Accueil :** 15 minutes avant l'heure de début

**Mode d'organisation pédagogique :** Présentiel en inter-entreprise

**Lieu de formation :** En centre de formation

**Prix :** 1400 Euros nets de taxes

Inscription conseiller au minimum un mois avant la date de démarrage (Dans le cas d'une prise en charge OPCO). Nous nous engageons à vous répondre dans un délai de 24 heures (Hors week-end et jours fériés)

Nos locaux respectent toutes les normes actuelles en termes d'hygiène, de sécurité, et d'accessibilité aux personnes à mobilité réduite en tant qu'établissement recevant du public.

Dans le cadre d'un handicap et d'un besoin d'aménagement particulier, n'hésitez pas à nous contacter :  
Madame CANOVAS Sylvie 07 69 52 62 03 – [uniservice.formation@gmail.com](mailto:uniservice.formation@gmail.com)

## SUIVI ET APPRECIATION DES RESULTATS

### **Suivi de l'exécution :**

Feuilles d'émargement signées des stagiaires et du formateur, par demi-journée.

Attestation d'assiduité signée du stagiaire en fin de session, et remise à l'organisme payeur.

Attestation de fin de formation remise aux stagiaires ayant bien assisté à la totalité de la session.

### **Appréciation des résultats :**

Exercices d'application, mise en situation, travaux pratiques.

Questionnaires à chaud et à froid, évaluation du transfert des connaissances et de satisfaction générale du cours.

Actualisé le 29/01/2021 – MAJ\_Janv\_2021 V1