

Module Webmarketing - Formation Community Manager

Ce module a pour objectif, dans un premier temps, d'identifier les bases du marketing digital, d'en présenter les principes et concepts essentiels puis d'amener les stagiaires à mettre en œuvre les différentes étapes d'une étude marketing.

Dans un second temps, la formation permet aux participants d'identifier les différents canaux d'acquisition de trafic en ligne ainsi que les stratégies à mettre en place pour optimiser la visibilité d'un site Web.

Pour terminer, un panorama des outils d'analyse de données et une formation sur la manière de les mettre en place puis de les utiliser permet aux participants de suivre de manière pertinente les caractéristiques du trafic d'un site en ligne.

Pour suivre ce module il est important d'avoir acquis des notions concernant le fonctionnement du Web et de maîtriser les bases des langages HTML et CSS.

Module 1 : Le Webmarketing et les étapes d'une étude de marché - 1 jour ou 7 heures

Séquence 1-m1 (3h)

Définir le Webmarketing et mettre en œuvre un benchmark

Séance 1-s1m1 - Définir le Webmarketing (1h)

- Définir le Webmarketing - notion de base, principe et utilité
- Quizz autour du web marketing et remédiation

Séance 2-s1m1 - Mettre en œuvre un benchmark (2h)

- Définir le benchmark dans le contexte du webmarketing
- Mise en œuvre et remédiation

Séquence 2-m1 (4h)

Mettre en œuvre un PESTEL et une analyse SWOT

Séance 1-s2m1 - Mettre en œuvre un PESTEL (2h)

- Définir l'outil d'analyse stratégique PESTEL
- Mise en œuvre et remédiation

Séance 2-s2m1 - Mettre en œuvre un SWOT (2h)

- Définir une analyse SWOT
- Mise en œuvre et remédiation

Module 2 : Les réseaux sociaux et le SMO (Social Media Optimisation) - 1 jour ou 7 heures

Séquence 1-m2 (3h)

Identifier le fonctionnement et le rôle des réseaux sociaux et mettre en œuvre les bonnes pratiques de publication sur Facebook et Instagram

Séance 1-s1m2 - Identifier le fonctionnement et le rôle des réseaux sociaux (1h)

- Identifier les principaux réseaux sociaux et leur rôle dans l'environnement Web
- Quizz sur les réseaux sociaux et remédiation

Séance 2-s1m2 - Mettre en œuvre les bonnes pratiques de publication sur Facebook et Instagram (2h)

- Identifier les bonnes pratiques de publication sur les plateformes Facebook et Instagram
- Mise en œuvre et remédiation

Séquence 2-m2 (4h)

Gérer son e-réputation et expliquer le fonctionnement de YouTube

Séance 1-s2m2 - Gérer son e-réputation (2h)

- Identifier les points clés d'une e-réputation professionnelle
- Quizz e-réputation et remédiation

Séance 2-s2m2 - Expliquer le fonctionnement de YouTube (2h)

- Expliquer le fonctionnement de la plateforme de partage de vidéos YouTube
- Mise en œuvre et remédiation

Module 3 - Le référencement naturel et l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) - 1 jour ou 8 heures

Séquence 1-m3 (4h)

Identifier les principes du référencement naturel, définir le concept de mot clé et créer une liste de mots clés pertinents

Séance 1-s1m3 - Identifier les principes du référencement naturel (2h)

- Identifier les principes du référencement naturel
- Quizz autour des grands principes du référencement naturel

Séance 2-s1m3 - Définir le concept de mot clé et créer une liste de mots clés pertinents (2h)

- Définir le concept de mot clé et créer une liste de mots clés pertinents
- Mise en œuvre et remédiation

Séquence 2-m3 (4h)

Identifier les principes d'écriture pour améliorer le référencement d'un site et appliquer le principe des silos sémantiques

Séance 1-s2m3 - Intégrer les mots clés dans les contenus d'un site Web (2h)

- Identifier les principes d'écriture pour améliorer le référencement d'un site et les principes d'écriture pour les réseaux sociaux
- Exercice et remédiation

Séance 2-s2m3 - Appliquer le principe des silos sémantiques (2h)

- Appliquer le principe des silos sémantiques
- Mise en œuvre et remédiation

Module 4 - L'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) - 1 jour ou 8 heures

Séquence 1-m4 (4h)

Identifier les principes du PageRank, définir le principe des backlinks et définir leur pertinence

Séance 1-s1m4 - Identifier les principes du PageRank (2h)

- Identifier les principes du PageRank
- Quizz et remédiation

Séance 2-s1m4 - Définir le principe des backlinks et définir leur pertinence(2h)

- Exercice de recherche de backlinks et cours magistral complémentaire
- Questions et remédiation

Séquence 2-m4 (4h)

Choisir les bons outils de suivi de la réputation de son site, mettre en œuvre des redirections et utiliser le fichier robot.txt

Séance 1-s2m4 - Choisir les bons outils de suivi de la réputation de son site (2h)

- Identifier et utiliser les différents outils de gestion de la réputation d'un site
- Exercice et remédiation

Séance 2-s2m4 - Mettre en œuvre des redirections et utiliser le fichier robot.txt (2h)

- Mettre en œuvre des redirections et utiliser le fichier robot.txt
- Mise en œuvre et remédiation

Module 5 - Réaliser des campagnes d'e-mailing à l'aide de MailChimp - 1 jour ou 7 heures

Séquence 1-m5 (3h)

Créer et configurer un compte MailChimp les réseaux sociaux et identifier les différentes fonctionnalités de MailChimp

Séance 1-s1m5 - Créer et configurer un compte MailChimp (1h)

- Créer et configurer un compte MailChimp les réseaux sociaux
- Quizz sur des réseaux sociaux

Séance 2-s1m5 - Identifier les différentes fonctionnalités de MailChimp (2h)

- Lister les différentes fonctionnalités de MailChimp
- Mise en œuvre et remédiation

Séquence 2-m5 (4h)

Importer et gérer des contacts sur MailChimp et Mettre en œuvre une campagne d'e-mailing

Séance 1-s2m5 - Importer et gérer des contacts sur MailChimp (2h)

- Importer et gérer des contacts sur MailChimp
- Mise en œuvre et remédiation

Séance 2-s2m5 - Mettre en œuvre une campagne d'e-mailing (2h)

- Mise en pratique des principes abordés dans la journée
- Questions et réponses

Module 6 - Réaliser des campagnes AdWords et identifier les grands principes du référencement payant (EA) - 1 jour ou 7 heures

Séquence 1-m6 (3h)

Réaliser des campagnes AdWords et identifier les grands principes du référencement payant (SEA)

Séance 1-s1m6 - Créer et configurer un compte Adwords et utiliser l'interface de google Ads (1h)

- Créer et configurer un compte Adwords et utiliser l'interface de Google Ads
- Quizz sur l'utilisation de Google Ads et remédiation

Séance 2-s1m6 - identifier les modalités de paiement des annonces AdWords, le Quality Score et le CPC (2h)

- Enumérer les différents mode de paiement des annonces AdWords et expliquer le fonctionnement du Quality Score ainsi que son influence sur le CPC (Coût Par Clic)
- Quizz et remédiation

Séquence 2-m6 (4h)

Appliquer le principe de granularité d'une campagne et créer une campagne AdWords

Séance 2-s2m6 - Appliquer le principe de granularité d'une campagne Adwords (2h)

- Appliquer le principe de granularité d'une campagne Adwords
- Mise en œuvre et remédiation

Séance 2-s2m6 - Créer une campagne AdWords (2h)

- Mise en pratique des principes abordés dans la journée
- Questions et réponses