

# PARCOURS DE FORMATION

## ADN – Animateur Digital et Numérique

---

### 1. Les fondamentaux du Marketing digital

#### En présentiel sur 1 journée complète de 7h

##### Objectifs pédagogiques :

- Avoir une vision claire des techniques de marketing digital et des contextes dans lesquels les utiliser
- Savoir définir des objectifs précis et mettre les bonnes opérations en face

##### Programme détaillé :

- 30mn – Inclusion, tour de table
- 30mn - Les principes du marketing digital : un marketing fondé sur l'expérience utilisateur
- 1h - Panorama des techniques, inbound et outbound marketing
- 1h - Les 5 axes de la visibilité sur Internet : notoriété, popularité, autorité, expertise, confiance
- 1h30 - ATELIER – définir ses objectifs SMART
- 1h30 - ATELIER – définir les opérations à mener pour atteindre ses objectifs
- 1h – ATELIER – partage et itération pour affiner et ancrer son apprentissage

### 2. Référencement sur les moteurs de recherche

#### À distance, 3 séquences de 2h => 6h au total

##### Objectifs pédagogiques :

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et en utiliser les fonctionnalités
- Être en mesure d'optimiser le référencement naturel de son site
- Paramétrer une campagne de liens sponsorisés efficace et en évitant les écueils

##### Programme détaillé :

- 1h00 - Définir une stratégie centrée utilisateur : principe des personas, contexte, contenu.
- 30mn – le fonctionnement des moteurs de recherche. Zoom sur Google et les types de contenus des pages de résultat.
- 30mn - ATELIER – comment définir les bons mots clés pour son activité
- 30mn - Les 3 piliers du référencement naturel
- 30mn - ATELIER – écrire un contenu pour le Web, baliser son contenu pour le référencement
- 30mn – les fondamentaux du référencement payant, découverte de la plateforme Google Ads
- 30mn – ATELIER – paramétrer son compte Google Ads
- 1h00 – ATELIER – concevoir sa première campagne SEA
- 1h00 - Les autres fonctionnalités des résultats de recherche et comment y apparaître

### **3. Stratégie de communication**

**À distance, 3 sessions : 2h30 + 1h30 + 2h00 => 6h au total**

**Objectifs pédagogiques :**

- Définir une stratégie de communication en tenant compte des attentes des clients et utilisateurs
- Gérer sa réputation, entrer dans une logique d'amélioration continue
- Être en mesure d'envoyer des messages pertinents et avec une efficacité professionnelle

**Programme détaillé :**

- 1h30 - Définir sa stratégie sur les réseaux sociaux : quels réseaux choisir, les thèmes et la ligne éditoriale, les formats de contenu, la fréquence de publication
- 1h00 - ATELIER – mise en pratique avec le choix des thèmes sur lesquels communiquer, partage et itération en petits groupes
- 1h00 – ATELIER - Gérer sa visibilité et sa réputation en ligne (avec Google My Business et sur les réseaux)
- 30mn – ATELIER - répondre aux avis et en tenir compte pour améliorer sa démarche, partage et itération en petits groupes
- 30mn - Communiquer par email et SMS : découverte des outils professionnels et de leurs fonctionnalités
- 30mn – Comment construire sa base de données
- 1h00 – ATELIER - créer et envoyer sa première campagne

### **4. Les outils pour mieux communiquer et gagner du temps**

**En présentiel sur 1 journée complète de 7h**

**Objectifs pédagogiques :**

- Gagner du temps sur la création et la programmation des messages
- Développer une approche pertinente pour entrer en contact en apportant de la valeur aux utilisateurs

**Programme détaillé :**

- 30mn - Les outils de création pour les visuels et vidéos – présentation de Canva
- 1h00 - ATELIER – création de visuels pour les réseaux sociaux
- 30mn - Utiliser l'IA pour créer du contenu rédactionnel efficace
- 1h00 - ATELIER - rédiger un article bon pour le référencement grâce à ChatGPT
- 1h00 – BtoC et BtoB, quels sont les codes pour communiquer sur les réseaux ?
- 1h00 - ATELIER - construire un calendrier et programmer les messages pour les réseaux
- 1h00 - ATELIER – identifier les groupes d'utilisateurs, y publier des messages pertinents
- 1h00 - ATELIER – trouver les bons interlocuteurs et programmer une campagne automatique pour entrer en contact

## 5. Marketing direct sur les réseaux sociaux et publicité

**À distance, 3 sessions : 2h30 + 1h30 + 2h00 => 6h au total**

### Objectifs pédagogiques :

- Identifier les supports les plus pertinents pour son activité
- Définir un budget à investir
- Être en mesure de construire et conduire un plan média

### Programme détaillé :

- 1h - Comment définir sa stratégie de marketing direct : cibles, audiences, budgets...
- 30mn - Les fonctionnalités payantes des réseaux et leurs plateformes
- 30mn - ATELIER – sponsoriser un message sur les réseaux sociaux
- 30mn – ATELIER – faire une publicité ciblée sur les réseaux
- 30mn - Faire de la publicité sur YouTube : les différents formats et emplacements
- 1h00 - ATELIER – paramétrer une campagne simple sur Youtube
- 30mn - Bannières de publicités sur le Web : comment ça marche ?
- 1h00 - ATELIER – créer sa publicité Display avec Google Ads
- 30mn – ATELIER – faire son plan média

## 6. Gérer son site Internet et la sécurité

**À distance, 4 sessions : 1h30 + 1h30 + 2h30 + 1h30 => 7h au total**

### Objectifs pédagogiques :

- Sécuriser son activité, se prémunir du piratage
- Respecter la réglementation sur la protection des données
- Être en mesure de mettre à jour son site Internet
- Définir une stratégie e-Commerce efficace

### Programme détaillé :

- 1h30 – Cybersécurité – Les principaux risques pour les entreprises et comment s’en protéger (site Internet, phishing, ransomware...)
- 1h30 – RGPD, protection des données personnelles et conséquences
- 30mn – Fonctionnement d’un site Internet : nom de domaine, hébergement, plateforme CMS...
- 30mn – Les mentions et obligations légales des éditeurs de site Web
- 30mn – Les fonctionnalités des principaux CMS
- 1h00 – ATELIER – Intégrer du contenu dans son CMS
- 30mn – e-Commerce : quelle stratégie et quels outils adaptés pour les petites entreprises
- 1h00 – ATELIER – définir sa stratégie e-Commerce

## 7. Piloter sa stratégie digitale et se mettre en action !

**À distance, 4 sessions : 2h30 + 2h + 2h + 1h ==> 7h30 au total**

### Objectifs pédagogiques :

- Analyser les indicateurs, les comprendre et prendre les décisions appropriées
- Avoir une vision 360° des opérations de marketing digital, séquencer et dérouler la feuille de route

**Programme détaillé :**

- 2h30 - Webanalytics : quels sont les KPI pertinentes pour piloter votre marketing digital
- 1h30 - ATELIER – construire un tableau de bord avec des informations pertinentes
- 30mn - Analyser les données et prendre les bonnes décisions
- 2h00 - ATELIER - Organiser le projet marketing digital en mode agile et collaboratif
- **1h – DECLUSION DU PARCOURS :**
  - ✓ Ensemble ; je retiens / j’approfondis
  - ✓ Chaque participant détermine son prochain pas pour se mettre en action