



Devenir Pro à Chaque Étape

FORMATION

ANIMATEUR DIGITAL ET NUMÉRIQUE

EN COLLABORATION AVEC L'OPCO EP

SOMMAIRE

03

Présentation

04

Marketing et stratégie digitale

05

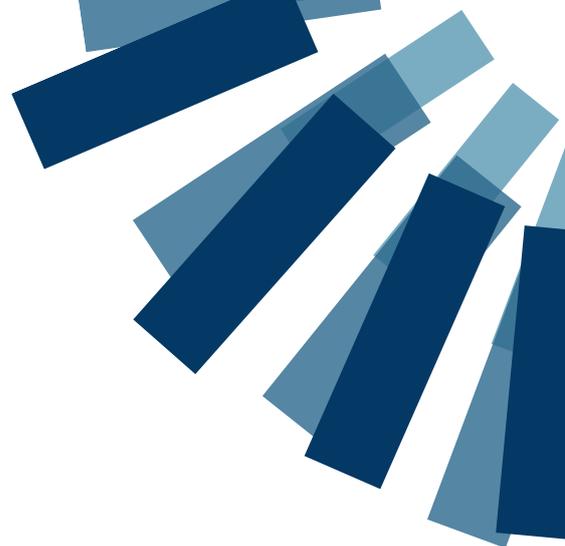
Gestion de projet - site web

06

Cybersécurité : sécuriser son site web

07

Réseaux sociaux et e-réputation : Stratégie sociale
Fondamentaux et perfectionnements

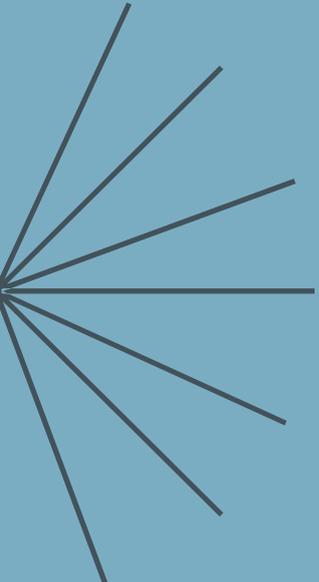


CARPÉ MÉDIA

Carpé Média est un centre de formation spécialisé dans les domaines du plurimédia. Situé dans le centre de Lille, au sein du centre d'affaires BuroClub, nous accueillons chaque année près de 110 formations.

La formation qui vous est proposée est un partenariat entre l'OPCO EP et Carpé Média. Les objectifs sont divers :

- **Diffuser, partager des connaissances sur le numérique ;**
- **Acculturer et former sur les outils numériques et collaboratifs ;**
- **Protéger et sécuriser ses données numériques ;**
- **Aider à la prise de décision sur les projets liés à la transition numérique.**



La durée de l'ensemble de la formation est de **49 heures**, répartie en 7 jours de formation pour une durée de **7 heures par jour**. Le **présentiel et le distanciel** rythmeront les différents temps d'apprentissage

Quatre modules seront dispensés afin de traiter l'ensemble des objectifs et de vous faire acquérir les connaissances et compétences nécessaires à votre développement professionnel.

Nos formateurs sont des spécialistes dans leur domaine. Ce sont des professionnels qui sont assidus dans la transmission de leur savoir. La pédagogie est leur maître mot.

Session 1

Module 1 : Marketing et stratégie digitale

Jeudi 30 janvier 2025**

Module 2 : Gestion de projet - Site Web

Mardi 25 février 2025**

Module 3 : Cybersécurité - sécuriser son site web

Lundi 17 mars 2025*

Module 4 : Réseaux sociaux - fondamentaux

Lundi 19 et mardi 20 mai 2025**

Module 4 : Réseaux sociaux - perfectionnement

Lundi 16 et mardi 17 juin 2025*

*Présentiel à Lille chez Carpé Média

**Distanciel via TEAMS

DATES

MARKETING ET STRATÉGIE DIGITALE

Durée : 7 heures - 1 jour

Modalités d'exécution : à distance

Prérequis :

- Connaître le navigation Web, la gestion des mails et les principes de création et de réalisation des sites Web.
- Avoir des notions de communication.

Objectifs pédagogiques

- Identifier les enjeux e-marketing pour n'importe quel type d'acteur,
- Obtenir un premier niveau de maîtrise des techniques marketing digital abordées pour pouvoir soit mettre en œuvre ces pratiques en interne et/ou formuler et gérer une demande chez un prestataire spécialisé.

Contenu de la formation

- L'IMPORTANCE DU OU DES NOMS DE DOMAINE
 - o Le rôle du nom dans la création ou la destruction de trafic
 - o Les qualités d'un nom de domaine
 - o Les choix stratégiques
 - o Les procédures de dépôt
- LE RÉFÉRENCEMENT
 - o Les enjeux et la notion de qualité d'un référencement (SEO, SEA, SMO)
 - o Fonctionnement de l'algorithme de Google
 - o Méthodologie et techniques d'optimisation du référencement
 - o Les offres de positionnement payant (Google Adwords)
- L'E-MAIL MARKETING
 - o Intégrer (comprendre) les nouveaux formats responsive
 - o Optimiser les campagnes en acquisition et en fidélisation
 - o Comment rédiger un bon e-mail et intégrer les nouveaux formats responsive
 - o Créer et mesurer l'efficacité d'une campagne
 - o Les applications de marketing viral

GESTION DE PROJET

SITE WEB

Durée : 7 heures - 1 jour

Modalités d'exécution : en présentiel

Prérequis :

- Connaissances globales des sites web
- Avoir la pratique courante d'un ordinateur et d'internet
- Être impliqué dans la création ou le suivi d'un site web

Objectifs pédagogiques

- Acquérir les compétences nécessaires pour gérer un projet de création de site web réalisé par des prestataires et assurer un suivi à long terme.

Contenu de la formation

- COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA GESTION DE PROJET WEB :
 - o Définition de la gestion de projet web.
 - o Comprendre les enjeux et les risques liés à la sous-traitance de la création d'un site web.
 - o Identifier les différentes phases d'un projet web et les acteurs impliqués.
- LA PRÉPARATION DE LA CRÉATION DU SITE WEB :
 - o Définir le cahier des charges et les objectifs du site web.
 - o Identifier les besoins en termes de contenus, de fonctionnalités et de design.
 - o Évaluer les compétences et les expériences des prestataires.
- LA MISE EN PLACE DU PROJET :
 - o Élaborer un plan de projet et définir les rôles et responsabilités de chacun.
 - o Planifier les différentes étapes du projet et fixer des échéances.
 - o Gérer la communication entre les différents acteurs et assurer le suivi du projet.
- LE SUIVI ET LA MAINTENANCE DU SITE WEB :
 - o Évaluer la qualité des livrables et assurer la conformité des prestations aux exigences.
 - o Assurer la maintenance et la sécurité du site web à long terme.
 - o Gérer les mises à jour, les évolutions et les incidents.

CYBERSÉCURITÉ

SÉCURISER SON SITE WEB

Durée : 7 heures - 1 jour

Modalités d'exécution : en présentiel

Prérequis :

- Être à l'aise avec l'environnement informatique (Mac, PC ou Linux) et avec les technologies du Web

Objectifs pédagogiques

- Sensibiliser les participants aux risques numériques, à la protection des informations personnelles en ligne et approfondir la sécurisation des sites web de l'entreprise.

Contenu de la formation

- INTRODUCTION AUX RISQUES NUMÉRIQUES
 - o Présentation de la formation et des objectifs spécifiques pour les non-techniciens
 - o Explication des principaux risques numériques (phishing, malware, vol d'identité, etc.)
 - o Les conséquences des incidents de sécurité numérique
- PROTECTION DES INFORMATIONS PERSONNELLES EN LIGNE
 - o Sensibilisation à la protection des données personnelles et à la vie privée
 - o Bonnes pratiques pour gérer les mots de passe et les informations d'identification
 - o Gestion des paramètres de confidentialité sur les réseaux sociaux et les plateformes en ligne
- RECONNAISSANCE DES ATTAQUES COURANTES
 - o Sensibilisation aux techniques courantes de phishing et d'arnaque en ligne
 - o Reconnaissance des signes d'une tentative d'arnaque ou de fraude
 - o Sensibilisation aux logiciels malveillants et aux méthodes de protection
- SÉCURISATION DE L'ACTIVITÉ EN LIGNE DE L'ENTREPRISE
 - o Sensibilisation aux risques liés à l'utilisation d'outils et de services en ligne pour l'entreprise
 - o Protection des comptes professionnels en ligne
 - o Gestion des accès et des autorisations pour les employés
- SÉCURISATION DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES
 - o Sensibilisation aux risques liés à l'e-mail et à la messagerie instantanée
 - o Bonnes pratiques pour l'utilisation sécurisée de la messagerie électronique
 - o Sensibilisation aux techniques d'ingénierie sociale et aux risques liés à la divulgation d'informations sensibles
- SÉCURISATION DU SITE INTERNET DE L'ENTREPRISE
 - o Sensibilisation aux risques liés à la sécurité du site internet de l'entreprise
 - o Bonnes pratiques pour sécuriser le site (ex : mises à jour régulières, utilisation de certificats SSL)
 - o Gestion des mots de passe et des accès administratifs
 - o TP : Évaluation de la sécurité du site web de l'entreprise et mise en place de mesures de protection
- CONCLUSION ET MESURES DE SUIVI
 - o Récapitulation des principaux points abordés
 - o Évaluation des connaissances acquises et des mesures à prendre

RÉSEAUX SOCIAUX ET E-RÉPUTATION

STRATÉGIE SOCIALE FONDAMENTALE ET PERFECTIONNEMENT

Durée : 28 heures - 4 jours

Modalités d'exécution : les 2 premiers jours à distance – les 2 derniers jours en présentiel

Prérequis :

- Connaissance globale du web.
- La connaissance des forums, des principes de communication appliqués au monde de l'entreprise est un plus.
- Utilisation personnelle des réseaux sociaux.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les principes et enjeux des réseaux sociaux.
- En connaître les différents supports et mécanismes pour pouvoir les intégrer dans une stratégie de communication.
- Connaître les différentes mécaniques afin de tirer profit des spécificités de chaque réseau social choisi.
- Rendre les contenus de ses campagnes plus attractifs.
- Savoir interpréter l'engagement sur les réseaux sociaux.
- Mise en pratique avec Facebook, Twitter, LinkedIn, ...
- Connaître les fonctionnalités offertes par Canva et savoir l'utiliser pour vos créations graphiques numériques.

Contenu de la formation

FONDAMENTAUX

- LES RÉSEAUX SOCIAUX
 - o Définition
 - o L'intérêt social et marketing
- ZOOM SUR FACEBOOK, LINKEDIN ET INSTAGRAM
 - o Optimisation et paramétrage
 - o Rédiger pour ces réseaux sociaux
 - o Communiquer en tant qu'entreprise
- LES MOYENS
 - o La boîte à outil du community manager
 - o Savoir préparer le terrain
 - o Analyser les datas
 - o Créer un calendrier éditorial
- STRATÉGIE SOCIAL MÉDIA
 - o Quel réseau pour quelle entreprise
 - o Définir les objectifs de communication
 - o Définir le coût du lead et donc du budget
 - o Analyser les résultats
- QUEL SUPPORT POUR QUELS OBJECTIFS ?
 - o Identifier les différents supports
 - o Choisir le support le plus adapté

Contenu de la formation (suite)

PERFECTIONNEMENT

- LE BRIEF
 - o Apprendre à rédiger un brief pour présenter les besoins créatifs (photos, vidéo, etc)
- POURQUOI INTÉGRER L'IMAGE DANS LES CAMPAGNES ?
 - o Rendre un contenu attractif et mémorable grâce à l'image
 - o Augmenter l'engagement de son audience
 - o Créer du lien entrant grâce aux images
 - o La vidéo plus efficace sur les réseaux sociaux
- CONSEILS POUR LA CRÉATION DE CONTENU VISUEL
 - o Où trouver les images libres de droit
 - o Comment trouver un prestataire graphique
- CAS PRATIQUE : CRÉATION
 - o Canva, Piktochart, Easel.ly, Pixlr
 - o Publier du contenu visuel sur les réseaux sociaux
- FOCUS SUR LE LOGICIEL CANVA
 - o Importance de la charte graphique
 - o Les formats et le poids des images pour le web
 - o Fonctionnalités de Canva : création d'un compte, point sur les forfaits payants - le choix du support - le choix du modèle - le choix d'une zone de texte - le choix du fond
 - o Publication et diffusion
- ATELIER PRATIQUE : CRÉATION DE VISUELS
 - o Méthode de création des visuels en fonction du réseau social
 - o Personnaliser vos « couvertures » pour les différents réseaux sociaux
- DÉFINIR ET ANALYSER LA PERFORMANCE DE MES RÉSEAUX SOCIAUX
 - o Définir ses indicateurs pour analyser la performance d'une stratégie social media
 - o Fixer ses objectifs stratégiques et les KPI's (indicateurs de performance) qui s'y rattachent
 - o Croiser plusieurs indicateurs pour légitimer une stratégie social media ou la réorienter
 - o Mesurer ses actions pour soi, pour évangéliser en interne et rassurer en externe
- INTERPRÉTER LES SUCCÈS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
 - o Mesurer les comportements : raisonner en terme de ROE
 - o La fin du earned media ?
- METTRE EN OEUVRE DES OUTILS DE REPORTING
 - o Lire, comprendre et analyser les metrics Facebook : plongée dans les analytics brutes de Facebook
 - o Lire, comprendre et analyser les analytics Pinterest, Instagram, RSP
 - o Mesurer ses actions : Identifier les KPIs en relation avec les objectifs de communication
 - o Connaître les outils complémentaires : Overgraph
- ÉTUDE DE CAS - CAS PRATIQUES
 - o Mise en application des techniques et moyens appris au cours de la formation
 - o Proposition d'une stratégie sociale efficace et pertinente pour l'entreprise
 - o Réaliser un reportage photo sur Instagram
 - o Analyser des résultats après différentes publications

Moyens pédagogiques et techniques

- Dans les locaux de Carpe Media : une salle de formation équipée d'un ordinateur par personne avec les logiciels adéquats, d'une connexion internet haut débit, d'une télévision pour la projection du support visuel du formateur, d'un paper-board, crayons, stylos, papier mis à disposition du stagiaire.
 - Sur site : nous vous demandons de bien vouloir prévoir une salle équipée des ordinateurs, des logiciels et d'un matériel de projection.
 - Documents supports de formation projetés.
 - Exposés théoriques
 - Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.
 - Exposé du contenu de la formation et synthèse des différentes attentes des participants.
 - Association et alternance des explications théoriques et des exercices pratiques, étude des différentes possibilités
- et explications des différentes pistes de travail à adapter.
- Accompagnement et suivi concernant la formation gratuit sans limite dans le temps.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- En amont ou au début de la formation : évaluation des connaissances et des expériences pratiques des stagiaires par le biais d'une rencontre (physique, téléphonique, vidéoconférence) et/ou par un questionnaire conçu pour le/la situer par rapport à son niveau de connaissances.
- Tout au long du stage, les acquis sont évalués par le formateur grâce aux exercices réalisés pendant la formation.
- En fin de formation, le formateur/la formatrice évaluera le/la stagiaire sur l'ensemble du stage et sur les connaissances acquises, en cours d'acquisition et non acquises par rapport à la réalisation des exercices pratiques.
- L'assiduité du stagiaire est relevée par la feuilles de présence.



12 Place Saint-Hubert
59000 Lille



03.20.06.94.16



<https://www.carpemedia.fr/>



carpe.media.formation



Carpé Média