

DYNAMISER VOTRE VISIBILITE DIGITALE

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

Cette action de formation a pour objectif d'être capable de :

- Construire une réponse adaptée à un environnement web marketing pour traiter des enjeux commerciaux et clients,
- Comprendre et d'appréhender le web dans sa globalité
- Appréhender un CMS, les principaux acteurs (Wordpress, Prestashop et leurs spécificités en fonction des besoins commerciaux) et d'abolir les frontières digitales / physiques...

METHODE, PEDAGOGIE ET SUIVI :

La formation est collective, modulaire elle a lieu sous forme de session groupée d'une journée. La formation alterne théorie, périodes d'individualisation, applications pratiques, et supports clés en mains.

Moyen permettant de suivre l'exécution de l'action : formation proposée en distanciel (lien fourni ultérieurement) ou présentiel.

Remarque importante : un questionnaire sera envoyé à chaque salarié participant à la formation préalablement pour clarifier les connaissances et attentes. Ainsi des thématiques spécifiques pourront être proposées en fonction besoins individuels des bénéficiaires de l'action de formation

ENCADREMENT ET EQUIPE PEDAGOGIQUE :

Responsable de l'action : M. Soubirac, pedagogie@formasup.com
tel : 05.63.20.10.00

Formateur principal : M. Ciancio, directeur agence Web et formateur

PROGRAMME PEDAGOGIQUE (cf. précisions préalables)

- Web marketing et déploiement de stratégie opérationnelle :

- o Qu'est-ce que le marketing et le marketing digital et pour quoi faire (marché, offre, demande, environnement, quels sont les challenges du digital marketing ?
- o Pourquoi le digital est important si ce n'est incontournable?
- o Marketing global appliqué au digital : Marque (stratégie de marque), Les consommateurs (stratégie de ciblage), Mix marketing (stratégies des 4P), Pestel et Swot...
- o Qu'est-ce que le web marketing (tendance, influence e-réputation, e-mailing ...)
- o Le mix-digital : canaux et leviers de communication,
- o E-commerce (outils et objectifs de mon e-commerce)
- o Communication et Fidélisation (outils et stratégie)
- o Savoir utiliser l'IA et l'incontournable Chat GPT 4 pour la création de contenus éditoriaux (initiation au prompt)
- o La proposition de valeur en ligne
- o Le "Content Marketing" : blog / FAQ
- o L'identité personnelle : Persona, trame SB7
- o La visibilité sur Google SEO : naturel SEM vs payant SEA
- o Gestion de ses prospects avec le Marketing Automation, lien avec son CRM. L'e-mailing : acquisition et conversion : MailChimp, SendinBlue
- o Stratégie Social Media : ton de communication, zooms, Facebook, Instagram, LinkedIn, X. Achats payants ? Le marketing d'influence : influenceur, communauté...
- o Les outils : Canva, Google MyBusiness, Google Trends, Trello, Unsplash

- Présentation et introduction Web et internet :

- o Web & internet : introduction et fondamentaux, affirmer votre identité et gagner en visibilité,



Effectif : entre 3 et 12



Durée : 8 heures

Date : 7/12/2023

Horaires : 8h30-12h30 et 13h30-17h30

Lieu de formation : Distanciel ou présentiel (selon les sites de formation)

Public visé

Salarié(e) d'une entreprise relevant de l'OPCO EP

Evaluation des besoins et prérequis

Recensement du niveau de connaissances des bénéficiaires de l'action ainsi que des besoins de développement de compétences via un questionnaire (type google Forms) préalablement à la journée de formation

Avoir des besoins ou projets de communication digitale au sein de sa structure.

Moyens techniques

En présentiel, les stagiaires disposent de salles équipées de PC en réseau fibré, d'un wifi et d'un parking gratuit. Un déjeuner est mis à disposition (en cas de contraindre ou d'allergies alimentaires, prévenir au plus tôt)

- o Présentation des processus de production Web
- o Introduction à la conception de sites / App web,
- o Conception et gestion de projet web : présentation Gestion de projet, déroulé cahier des charges, présentation de solution pour le web, sites responsives,
- o Introduction à la conception des projets UI/UX et maîtriser ses applications, :
- o Comment navigue-t-on sur internet aujourd'hui et notion de site « responsive »
- o Analyse des données : Google Analytics, Google Search Console, ROI...
- **Présentation et introduction aux principaux CMS et exemples d'entreprises**
 - o Introduction à la conception de sites
 - Que signifie CMS et quels sont les principaux acteurs Wordpress, Prestashop et Shopify (et les autres : Drupal, Joomla...)
 - Comprendre la nécessité de choisir un outil qui réponde à ses besoins
 - o Introduction aux diverses pratiques de distribution de commercialisation :
 - Omnicanalité,
 - Click & Collect, achat magasin livraison à domicile...
 - Etude de cas de grands groupes applicables aux TPE et PME : stratégies marketplace avec fnac.com, l'empire Amazon (la page d'accueil, le panier, l'espace connexion, l'adresse URL, les catégories du site), stratégie de distribution Louis Vuitton, comment Nike et Apple ont marqué votre cerveau ? Identifiez un parcours client sur le site de votre choix.