

PARCOURS ANIMATEUR DIGITAL ET NUMERIQUE

Contenu pédagogique

Module 1

MARKETING ET STRATÉGIE DIGITALE

Durée : 7 heures - 1 jour

Modalités d'exécution : à distance (Teams)

L'IMPORTANT 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

Module 2

GESTION DE PROJET SITE WEB

Durée : 7 heures - 1 jour

Modalités d'exécution : à distance (Teams)

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.

▼ OBJECTIF

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.

▼ PUBLIC CONCERNÉ

Tout public

▼ PRÉREQUIS

Savoir se servir d'un ordinateur et avoir une appétence pour les outils numériques.

▼ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

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, crayo...

▼ DURÉE

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.

Module 3

CYBERSÉCURITÉ, SÉCURISER SON SITE WEB

Durée : 7 heures - 1 jour

Modalités d'exécution : en présentiel

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

Module 4

RÉSEAUX SOCIAUX ET E-RÉPUTATION
STRATÉGIE SOCIALE FONDAMENTALE ET
PERFECTIONNEMENT

Durée : 28 heures - 4 jours

Modalités d'exécution : les 2 premiers jours à distance
(Teams) - les 2 derniers jours en présentiel

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

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