

Informations pratiques

L'Agence Tristanah est un organisme de formation enregistré sous le numéro **23 76 04403 76** auprès du Préfet de la région de Normandie

Formacode de cette formation = 34093
Rome : E1101
NSF : 312
CPF : en cours

Public concerné : Cette formation s'adresse aux salariés ou demandeurs d'emplois qui envisagent de se positionner sur une nouvelle fonction au sein de l'entreprise et de rajouter une qualification importante et durable sur leurs CV.

Pré-requis

Être utilisateur d'Internet et connaître les bases de l'environnement du web.

Niveau d'entrée : V ou IV
Niveau de sortie : inchangé

Méthode de validation :

Epreuve sous forme de QCM et entretien individuel avec le formateur à l'issue de la session

Sanction : Certification

Objectifs de cette formation :

- Maîtriser les enjeux du Webmarketing.
- Saisir les opportunités offertes par les réseaux sociaux.
- Comprendre le web 2.0 et l'utiliser.
- Optimiser un site internet et le référencer dans les premières positions d'un moteur de recherche.
- Savoir animer un site internet vitrine ou une boutique e-commerce (community manager).
- Suivre et corriger une e-réputation.
- Maîtriser les campagnes e-mailing et les newsletters entreprises.
- Mettre en place des campagnes Google AdWords.
- Comprendre les statistiques de Google Analytics.

Quels sont les bénéfices d'une telle formation ?

- Vous obtenez des compétences nouvelles et d'avenir.
- Vous progressez rapidement dans votre carrière professionnelle.
- Vous maîtrisez la communication de votre entreprise par le web.
- Vous êtes en mesure d'assurer le développement économique de l'entreprise.
- Vous devenez indispensable à votre entreprise.

Quels sont vos avantages à suivre ce cycle de formation ?

- Vous obtenez des compétences sérieuses pour un métier d'avenir.
- Vous validez vos connaissances grâce à nos ateliers pratiques en e-Learning (des centaines d'heures de cours en vidéos qui sont accessibles gratuitement après la formation en présentiel)
- Vous êtes encadré par des experts qui continuent de vous guider après la formation.

Moyens pédagogiques :

Nous fournissons à l'ensemble des participants les supports de présentation ainsi que l'ensemble des documents créés pour les études de cas.

PROGRAMME DE LA FORMATION

FORMATION
CERTIFIANTE

« Webmarketing / Webmarketer » Le marketing électronique

➤ Lundi

✚ **Présentation du formateur** (cv, compétences, expériences)

✚ **Les chiffres du e-commerce et d'internet en France**

✚ **Le responsable webmarketing**

Rôle, qualités et compétences requises
Les missions du webmarketer
Les différents métiers liés à la fonction
Les outils indispensables
Le web 2.0
Les flux rss
La vidéo entreprise
Le buzz marketing

✚ **Gestion de projet web**

Le cahier des charges
Le nom de domaine
L'hébergement
Les CMS (*Content Management System*)

➤ mardi

✚ **Les réseaux sociaux et l'animation**

Facebook - Twitter - LinkedIn - Viadeo - Google+
Fonctionnement et intérêts professionnels de ces 5 réseaux
Règles d'or du parfait rezo-teur.
Augmenter un chiffre d'affaires à l'aide des réseaux sociaux
Objectif 100 000 Fans (les méthodes des pros).
Créer une campagne de publicité Facebook.
Valoriser une communauté Facebook.
Le community manager.

➤ mercredi

✚ **La e-réputation**

Impact de l'e-réputation sur la vie privée et sur l'image de l'entreprise.
Ce qu'il ne faut pas faire.
Les outils pour contrôler sa e-réputation sur internet.
Comment corriger sa e-réputation.

✚ **Le e-mailing**

Vocabulaire technique
Cycle de vie d'un email
Avantage et vérité du e-mailing
Objectifs visés
Opt-in / opt-out
Statistiques du e-mailing

Durée de la formation : 35 heures

Horaire de 9h à 12h et de 13h30 à 17h30
Du lundi au vendredi inclus

Coût pédagogique :

1700 € HT / salarié

Tarif spécial demandeur d'emploi et particulier = 700 € HT

Intervenants possibles :

Stéphan Watbled

Diplômé en communication.
Consultant E-business marketing.
Expert en communication digitale et référencement web (SEO) depuis 1999.

Auteur de « la e-communication : comprendre la communication digitale et réussir sur internet » (2013) et « Les réseaux sociaux expliqués à ma belle-mère » (2014)



François Moleslas

Master 2 en management et conseil.
Conférencier.
Domaines d'expertise : E-commerce, gestion des CMS, le référencement (SEO), la E-réputation.

Marie Ledru

Master 2 en marketing et gestion des entreprises.
Conseillère en communication digitale.
Domaines d'expertise : Gestion de projet web, gestion des CMS, les réseaux sociaux (SMO), plan webmarketing.

Allan Thiebaut

Webmaster et chef de projet web depuis 2008.
Domaines d'expertise : Gestion de projet web, gestion des CMS, webmarketing.
PAO : Photoshop et Indesign.

Important :

Chaque stagiaire est réinvité en auditeur libre lors de nos sessions suivantes, (**gratuitement et selon les places disponibles**), lui permettant ainsi d'affiner si besoin certains modules.

A noter qu'après la formation, à tout moment le stagiaire pourra contacter l'agence Tristanah afin de poser des questions et parfaire ses connaissances. Un réel suivi des acquis est ainsi proposé à tous nos stagiaires !

Comment fidéliser vos prospects et clients par email ?
Comment booster le taux d'ouvertures de vos e-mails ?
Les tests d'optimisation de campagne email
La gestion des N.P.A.I
L'adresse IP dédiée de routage, est-elle souhaitable ?
Les coûts de diffusion ou routage des emails
Quel logiciel e-mailing utiliser ?
Comment se créer une base de données d'adresses email ?
Les logiciels extracteur d'adresses email
Ce que dit la loi
Le concept de newsletter, ses usages et ses évolutions
Les newsletters marchandes - Les newsletters éditoriales - Les newsletters B to B
Les coûts de création graphique et de réalisation des messages
La création d'une maquette de newsletters

➤ jeudi

✚ Rédacteur web

Les bonnes pratiques.
Ce qu'il faut faire et ne pas faire.
Optimiser les textes pour le référencement (SEO).
Etude du comportement des internautes face à un article web par rapport à un article « papier ».
Astuces à utiliser pour accompagner le lecteur.

✚ Le référencement web (SEO)

Intérêt d'un bon référencement
Les sources possibles de trafic
Quelques statistiques intéressantes
Le triangle d'or et l'importance d'une bonne optimisation
Le comportement des internautes sur votre site
Le comportement des internautes sur Google
Comment fonctionne Google (bien le comprendre pour mieux se référencer)
L'importance des mots (nom de domaine, url, titre de page, texte ...)
Notoriété d'un site (PR)
Le choix des mots clés
Etudes de cas
Les pièges du référencement
Les astuces de professionnelles à connaître
Les réseaux sociaux et le référencement

➤ vendredi

✚ Les outils du web 2.0 pour augmenter le CA et développer son activité

L'affiliation – la marque blanche – le drop shipping ...

✚ Conseils pour optimiser un site internet et augmenter rapidement les ventes et/ou prospects.

✚ Google Analytics (présentation et fonctionnement)

✚ Google Adwords (présentation et fonctionnement)

✚ Un CMS pour mon site vitrine (Wordpress)

✚ Un CMS pour ma boutique e-commerce (Prestashop)

✚ Elaboration d'un plan webmarketing et d'un plan d'actions

✚ Questions / Réponses et évaluation du stagiaire