

### 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 = 46235  
**Rome** : E1104  
**NSF** : 321  
**CPF** : 237349

**Public concerné** : Managers, Chefs de projet, Responsables en communication, demandeurs d'emploi et toute personne souhaitant développer le E-marketing dans une entreprise ou une organisation.

#### Objectif de cette formation :

Acquérir des connaissances à la maîtrise des nouvelles technologies de communication par internet (réseaux sociaux ...).  
Apprendre à utiliser les nouvelles technologies du Web 2.0.  
Augmenter rapidement le trafic visiteurs de votre site internet et votre fichier clients et prospects.

#### Pré-requis

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

**NB** : une évaluation naturelle de votre niveau est effectuée si besoin par téléphone.

L'agence Tristanah se réserve le droit de ne pas répondre aux demandes de devis émanant de personnes qui ne remplissent pas, ou mal, un simple formulaire de contact, ou qui ont des difficultés à retrouver des informations évidentes sur notre portail web.  
Pour être webmarketer le candidat doit être en mesure de remplir ces critères basiques.

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 : **Attestation de 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.

#### Durée de la formation :

28 heures (sur 4 journées)  
Horaire de 9h à 12h et de 13h30 à 17h30

*Cette formation peut être dispensée intégralement à distance par visioconférence (SKYPE)*

**Coût pédagogique** : 990€ HT

## « E-marketing »

### Sous intitulé : « webmarketing – marketing digital »

Utiliser et comprendre toutes les stratégies et techniques du marketing digital et du Web 2.0 dans une entreprise

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

L'impact des réseaux sociaux en France

Cartographie des plateformes sociales les plus actives en France

Facebook : comment utiliser toute sa puissance ?

Comment se créer une communauté puissante et ciblée ?

Comprendre l'intérêt des agrégateurs de flux RSS

Création d'un compte sur l'agrégateur Feedly et utilisation de l'outil

Facebook Ads : création d'une campagne pub optimisée

Comment augmenter le taux d'engagement d'une page Facebook

Facebook insights : analyse des statistiques

Fonctionnement et intérêt de Twitter, LinkedIn, Viadeo, Youtube, Pinterest et Instagram

La check-list du community manager et les outils à utiliser

#### Etudes de cas pratique :

- Création d'une page Facebook (pro), d'un compte Twitter thématique (pro), d'un compte Pinterest et Instagram en rédigeant une bio attirante et efficace.

- Utilisation de l'outil « Canva » pour créer des illustrations professionnelles et percutantes.

- Créer des publications qui provoquent la viralité.

#### ✚ Le référencement web (SEO)

Le triangle d'or et l'importance d'une bonne optimisation

Comprendre le comportement des internautes sur votre site

Comprendre 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 ...)

La rédaction pour le web (comment bien optimiser ses pages et articles)

Comment augmenter la notoriété d'un site et booster son Page Rank

Le choix des mots clés (expressions généralistes et expressions de longue traîne)

Les filtres de Google (panda, Penguin ...)

Les pièges du référencement (les connaître, pour les éviter)

Les astuces de professionnelles à connaître

Comprendre et utiliser Google Webmaster Tools

Méthodologie pour auditer rapidement un site web (les outils du référenceur)

Le référencement vocal - Un tournant radical dans les usages des internautes qui recherchent une information en ligne

#### Etudes de cas pratique :

- Elaboration d'un audit de positionnement, puis d'un plan d'action SEO.

- Recherche d'expressions clés ciblés et pertinentes.

- Rédaction d'un texte optimisé idéalement pour Google.

- Création et rédaction judicieuse des balises « title » et « description »

**QCM** d'évaluation du stagiaire