

PROGRAMME FORMATION

Intitulé :

Mise en place d'une stratégie digitale pour son entreprise

Objectifs pédagogiques :

- Définir une stratégie de marketing digital en vue de booster les performances des sites internet ainsi que la stratégie globale numérique d'une entreprise.
- Comprendre l'écosystème digital dans son ensemble

Les compétences visées :

- Comprendre le référencement naturel (SEO)
- Maîtriser Adwords (SEA)
- Optimiser les réseaux sociaux (SMO)
- Comprendre les marketplaces et leur intérêt
- Maîtriser les bonnes pratiques de fidélisation et de rétention client
- Évaluer ses performances marketing à l'aide de KPI

Public visé :

- Chef d'entreprise, responsable, indépendant, community manager, chargé de communication

Prérequis :

- Pas de prérequis

Les moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement :

- Méthode pédagogique basée sur des méthodes participatives, explicatives et interrogatives et alternant apports théoriques et échanges d'expérience.
- La formation sera réalisée en présentiel sur le site du client ou à l'agence Coqpit
- La mise en pratique après chaque apprentissage théorique personnalisé en fonction du public

Matériel pédagogique :

- Vidéo projecteur, ordinateur, salle permettant la vidéoprojection, support PPT, campagne test en live.

Moyens permettant de suivre l'exécution de l'action et d'en apprécier les conséquences :

- Questionnaire de début de formation avant le début de formation
- Au début et à la fin de chaque module un contrôle des connaissances permettra de vérifier que les principes et les méthodes enseignés sont bien acquis.
- Évaluation tout au long de la formation par des cas pratiques, mise en situation... un questionnaire de fin de formation sera fourni pour évaluer la progression des stagiaires
- A l'issue de la formation il sera remis à chaque personne formée une attestation de formation

Accessibilité :

- Lors de l'entretien d'évaluation du besoin du stagiaire : L'identification d'un besoin en termes d'accessibilité de la formation à une problématique liée à l'handicap sera abordé

- Suite à l'identification d'un besoin d'adaptation de la formation à un handicap : le lieu, la durée, le déroulé, les supports pédagogiques pourront être adaptés

Modalités et délais d'accès :

L'accès à nos formations peut être initié, soit par l'employeur, soit à l'initiative du salarié avec l'accord de ce dernier, soit à l'initiative propre du salarié.

Pour chaque demande de formation, nous réalisons une analyse du besoin d'entrée en formation, cette écoute nous permet une adaptation et une compensation pour accueillir les personnes présentant un handicap.

L'organisation logistique, technique, pédagogique et financière est établie lors des divers échanges avec notre service formation et le client.

Le délai d'accès aux formations tient compte de ces différentes formalités afin d'être accessible dans un temps minimum d'un mois avant le début de l'action.

Déroulement et contenu :

Le contenu de la formation est personnalisé en fonction des besoins et du niveau de savoir-faire.

SEO	Module 1.1 Les critères de pertinence du référencement naturel	Le fonctionnement des moteurs de recherche : de l'indexation au positionnement Les critères de pertinence du référencement naturel : technique, éditorial, popularité et ergonomie Connaître les facteurs bloquants et les facteurs favorisants Comprendre le principe de popularité et de Social Media Optimisation (SMO) Les mises à jour Google : Panda, Pingouin, Colibri et Phantom..
	Module 1.2 Définir sa stratégie de référencement naturel	La stratégie de longue traîne Les thèmes sur lesquels se situer Tirer parti des générateurs de mots-clés pour les identifier Exploiter la recherche universelle Analyser la stratégie des concurrents Les indicateurs de performance (KPI)
	Module 1.3 Maîtriser les techniques avancées	Outils et plugin indispensables Détecter et gérer les cas de duplication de contenu Intervenir sur le CMS pour le rendre SEO-friendly La rédaction des contenus Optimiser les balises meta et les URL Paramétrer les sites map XML Développer la popularité de son site
	Module 1.4 Optimiser le SEO	Définir sa stratégie mobile : site responsive, site mobile, apps... Spécificités et contraintes mobile Apprendre à rédiger des contenus pour le SEO mobile

SEA	Module 2.1 Découverte de google adwords	Principes et intérêt des liens sponsorisés Réseaux de diffusion (réseau de recherche, réseau de sites partenaires, partenaires de recherche, etc...) Fonctionnement général de la régie ADWORDS : les enchères, le Quality Score Prise en main de l'interface ADWORDS Prise en main de l'outil ADWORDS EDITOR
	Module 2.2 Définir sa stratégie	Détermination des objectifs de communication Techniques de constitution de sa liste de mots-clés Découverte et prise en main des outils de suggestions de mots-clés Déterminer ses budgets, sa stratégie d'enchères et de pondération Déterminer ses indicateurs de suivi de performance (KPIs)
	Module 2.3 Créer et paramétrer ses campagnes	Structurer son compte en campagnes, groupes d'annonces Ciblages des mots-clés Rédaction des annonces Rédiger ses annonces Choisir & optimiser ses landing pages Les extensions d'annonces Les campagnes de remarketing
	Module 2.4 La publicité sur le réseau de contenus	Outils de media-planning pour choisir les pages sur lesquelles communiquer Les campagnes sur mobiles (smartphones et tablettes) Les campagnes vidéos sur YOUTUBE
	Module 2.5 Mesurer, analyser et optimiser ses campagnes	Paramétrer les outils de Web analytics Créer des tableaux de bord Créer des reportings automatiques Comprendre et analyser les indicateurs de performance Techniques d'optimisation de la performance

SMO	Module 3.1 Introduction et explication du SMO	Evolution du web vers le web 3.0 L'émergence des médias sociaux Présentation des différents types de médias sociaux (blogs, forums, micro-blogging, wiki, plateformes de partage, Réseaux Sociaux) Intérêt du SMO L'Inbound Marketing
	Module 3.2 Mettre en place sa stratégie SMO sur les réseaux sociaux	Définition de votre stratégie SMO en fonction de vos cibles et de vos objectifs Historique et chiffres de chaque Réseau Social (Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Google +, Flickr, Youtube...) Création de vos comptes, des pages et des groupes Explication du fonctionnement Créer et animer sa communauté Consignes de rédaction et publication Ecouter et intervenir dans les conversations Optimisation de vos Réseaux Sociaux (SMO) Relier vos Réseaux Sociaux Coordonner vos publications sur l'ensemble de vos Réseaux Sociaux avec les plateformes de par

	<p>Module 3.3 Appliquer votre stratégie SMO à votre blog ou site internet</p>	<p>Optimisation du Référencement Naturel Stratégie de mot-clé Créer des liens utiles au référencement Intégrer vos Réseaux Sociaux</p>
	<p>Module 3.4 Mesurer les retours de votre stratégie SMO</p>	<p>Les outils d'analyse gratuits Définition des indicateurs clés à suivre Mise en place d'un tableau de bord</p>

Tarifs :

A définir en fonction du contenu et de la formation.

Devis sur demande à l'adresse mail : contact@coqpit.fr