



CATALOGUE DES FORMATIONS



Ce document détaille les formations proposées par l'organisme de formation ACCOINTANCE. Toutes les formations sont en lien avec les nouvelles technologies et innovations du Web.

ACCOINTANCE est une SAS enregistrée sous le N° 93131692713 auprès de la DIRECCTE PACA et référencé au DataDock.

Financez votre formation	3
Trouver les moyens, de financer la formation choisie	3
Où se renseigner	3
Comment participer ?	3
Formations Réseaux Sociaux	5
Découvrir et créer une page Facebook	6
Facebook pour son entreprise : Production de contenu de publicité	7
Faire de la publicité sur Facebook	8
Twitter, devenir un pro et découvrir les usages avancés	9
Faire de la publicité sur Twitter	10
Découvrir les réseaux sociaux : gérer la visibilité de son entreprise	11
E-réputation et personal branding sur les réseaux sociaux professionnels	12
Générer du business sur les réseaux sociaux professionnels	13
Formation Community Management	14
Animer son réseau social d'entreprise : community management interne	15
Découvrir le métier de community manager	16
Formations au Référencement	17
Référencement local de son établissement	18
Optimiser son référencement naturel SEO	19
Apprendre les bases du référencement naturel	20
Apprendre les bases du référencement payant	21
Formations au WebMarketing et outils	22
Créer des présentations dynamiques sur le web	23
Créer un site et un blog avec WordPress	24
Gérer vos campagnes emailing marketing	25
Conception / rédaction web	26
Digitaliser son Entreprise	27

Financez votre formation

Trouver les moyens, de financer la formation choisie

Une formation, ça se finance nous disposons d'un numéro d'organisme formation qui vous permet de réaliser une demande de financement auprès de votre OPCA. L'OPCA (organisme paritaire collecteur agréé) est l'organisme financeur de formations. Une fois trouvé, renseignez-vous auprès de votre OPCA ou de Pôle Emploi afin de définir les modalités de financement de votre formation.

Lien utile pour trouver votre OPCA:

<http://www.le-compte-personnel-formation.com/trouver-mon-opca-pour-mon-compte-formation-avec-le-code-naf-ou-ape/>

Où se renseigner

<p>Vous êtes salariés:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan de formation de votre entreprise - CPF 	<p>Vous êtes entrepreneur:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fifpl ou d'autres OPCA 	<p>Vous êtes inscrit à pôle emploi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - CPF - AIF (aide individuel à la formation)
---	---	---

Comment participer ?

Nous proposons nos formation à Marseille.

Nous nous déplaçons également dans toute la France et pouvons organiser des sessions au sein de votre entreprise. A vos agendas !

Pour réserver c'est simple :

Par téléphone au 04 84 89 07 15 ou au 06 18 30 86 02

Par email : formation@accointance.com

Sur notre site : <https://accointance.com/>

Formations Réseaux Sociaux

Savoir utiliser les outils et montrer sa stratégie



Découvrir et créer une page Facebook

Facebook reste encore aujourd'hui LE réseau social de référence pour lancer son entreprise sur les réseaux sociaux. Outil indispensable de toute stratégie de communication digitale pour les entreprises, collectivités publiques et associations. Vous souhaitez créer une communauté et atteindre votre audience d'une nouvelle manière ? Votre future communauté existe déjà, créez une page Facebook pour la rassembler. Notre formation Facebook pour un usage professionnel B2B et B2C vous donnera toutes les clés pour être autonome !

Comment être présent sur Facebook

- Profil personnel
- Page professionnelle
- Groupe de discussion

Administrer son profil

- Informations générales
- Paramètres de sécurité
- Paramètres de confidentialité

Publier sur son profil

- Entrer en relation
- Le fil d'actualité
- Discuter avec ses amis
- Gérer ses photos

Créer une page Facebook professionnelle

- Règles de fonctionnement
- Choisir sa catégorie
- Premier pas sur la page fan Facebook

Administrer une page Facebook

- Les administrateurs
- Les applications
- gérer les permissions de publication
- passage à la une.

Attirer ses premiers fans

- Email
- module sociaux
- achat de fan via les Facebook ads

Durée de la formation

1 jours – soit 7 heures

Public concerné

- Responsables et chargés de communication/marketing
- Community manager, webmaster et Webmarketeurs
- Entrepreneurs souhaitant communiquer sur son projet, son entreprise

Objectifs de la formation

- Communiquer et publier
- Comprendre et mettre en œuvre des campagnes de publicité Facebook Ads
- Développer une vision de long terme intégrant la problématique du ROI

Facebook pour son entreprise : Production de contenu de publicité

Animer sa page Facebook, voilà en l'essence ce que cette formation Facebook vous propose. Facebook est devenu un outil indispensable de toute stratégie de communication digitale pour les entreprises, collectivités publiques et associations. Vous souhaitez créer une communauté et atteindre votre audience d'une nouvelle manière ? Apprenez à faire vivre votre page Facebook de manière à capter l'attention de votre audience et créer ainsi des interactions. Notre formation Facebook pour un usage professionnel B2B et B2C vous donnera toutes les clés pour être performant pour gérer une page Facebook et dans votre animation de communauté !

Facebook, pourquoi ? pour répondre à quels besoins et enjeux ?

- Quelle stratégie adopter sur Facebook ?
- Planifier ses actions
- 5 erreurs à éviter

Animer sa page Facebook

- Visibilité des publications – Edge Rank
- comment rédiger ses accroches ? quel ton adopter ?
- quel format de contenus publier ?
- Quand publier ?
- charte éditoriale et planning éditorial

Créer sa page fan Facebook

- Choisir son type de page
- Paramétrer sa page fan
- Ajouter des applications
- Installer des modules sociaux sur son site

Suivre ses statistiques de page

- Comprendre ses performances globales
- Analyser les performances de ses publications : portée, engagement, ROI

Les jeux concours sur Facebook

- Définir les objectifs de son jeu concours
- Les mécaniques du jeu concours à utiliser
- Reporting

Facebook Ads – campagnes publicitaires

- Les différents formats publicitaires
- Normes de rédaction et format d'image
- Modalités de paiement par enchères
- Ciblage de son audience
- Analyse et reporting de ses campagnes

Durée de la formation Facebook

1 jour – soit 7 heures

Public concerné

- Responsables et chargés de communication / marketing
- Community Manager, Webmaster et Webmarketeurs
- Entrepreneurs souhaitant communiquer sur son projet, son entreprise

Objectifs de la formation

- Animer sa communauté, publier et communiquer efficacement sur Facebook
- Comprendre et mettre en œuvre des campagnes de publicité Facebook Ads
- développer une vision de long terme intégrant la problématique du ROI

Faire de la publicité sur Facebook

Facebook est la plateforme idéale afin de promouvoir son entreprise. En effet, la puissance et les possibilités de ciblage que Facebook offre n'a à ce jour pas d'égal sur le web. Grâce à cette formation, vous serez en mesure de réfléchir, mettre en place, gérer et analyser vous même vos campagnes de publicité sur le réseau social.

Découvrir Facebook Ads

- Quels bénéfices tirer des Facebook Ads
- Les formats publicitaires
- Gestion des administrateurs pour le compte publicitaire
- Comment payer les Facebook Ads

Définir sa stratégie publicitaire

- Définir la ligne éditoriale de sa page fan
- Planification des Ads

Création de campagnes

- Rédaction des accroches publicitaires
- Choix des visuels
- Définir les supports d'envoi de ses publicités

Ciblages publicitaires

- Découverte des 700+ options de ciblage
- Options démographiques
- Comportements
- Centres d'intérêts

Définition de son budget

- Quel budget pour une campagne efficace
- quelle durée pour ses campagnes
- Outils de planification de campagnes

Analyser ses résultats

- Comprendre les statistiques Facebook
- Tracking des internautes
- Placer des indicateurs clés de performance – KPI
- Analyse statistique pour réaliser des actions correctives

Durée de la formation

1 jours – soit 7 heures

Public concerné

- Responsable communication / marketing
- Entrepreneur souhaitant communiquer sur son projet, son entreprise.
- tous les professionnels de la communication et marketing. Webmaster, Community Manager

Objectifs de la formation

- Découvrir et savoir utiliser les Facebook Ads
- Comprendre les usages et enjeux de Facebook Ads
- Être capable de mettre en place une campagne de publicité sur Facebook
- Acquérir de nouveau contact et toucher de nouvelles cibles

Twitter, devenir un pro et découvrir les usages avancés

Apprenez à vous servir de Twitter au profit de votre activité professionnelle. Notre formation Twitter pro vous mettra le pied à l'étrier et à comprendre tous les recoins de cet outil aussi complexe qu'enrichissant à utiliser.

C'est quoi Twitter

- Historique
- Lexique et vocabulaire Twitter
- Cas concret d'utilisation
- Usages et bénéfices pour son entreprise

Commencer sur Twitter

- Création de son profil
- Suivre ses premiers tweetos
- Gérer ses liste d'abonnements
- Utiliser les bons outils de gestion de son compte

Bien publier sur Twitter

- Format des messages
- Programmer ses tweets
- Publier du texte, photos, vidéos et liens

Usages avancés

- Impact de Twitter sur son référencement naturel
- Mettre en place des outils de suivi statistiques
- Promouvoir son site, son blog, sa page Facebook etc.
- Organiser des jeux concours sur Twitter
- Faire de la publicité
- Faire de la veille

Plan d'action

- Identifier les comptes intéressant et influents
- Organiser son compte Twitter
- Faire de Twitter un outil de transformation
- Devenir attractif et obtenir des followers

Durée de la formation

1 jour – soit 7 heures

Public concerné

- Responsable communication / marketing
- Entrepreneur
- Tout public souhaitant acquérir des compétences sur l'utilisation de Twitter dans un environnement professionnel

Objectifs de la formation

- Découvrir et savoir utiliser Twitter
- Comprendre les usages et enjeux de Twitter pour les entreprises
- Comprendre les méthodes et logiques d'interactions
- Acquérir de nouveaux contacts et toucher de nouvelles cibles

Faire de la publicité sur Twitter

Apprenez à mettre en place des publicités sur le réseau social de microblogging Twitter. Grâce à cette formation, vous serez en mesure de réfléchir, créer, gérer et analyser vos campagnes de communication sponsorisées sur Twitter

Découvrir Twitter Ads

- Quel bénéfice tirer des Twitter Ads
- Gestion du compte publicitaire, maîtriser son interface
- Mode de paiement de Twitter Ads

Définir vos objectifs marketing

- Objectif de rentabilité à court terme
- Développer votre présence et expertise
- Déclencher un achat
- Planification des Ads

Types de campagnes

- Promouvoir un tweet
- Recruter des nouveaux abonnés
- Installer une application

Ciblages publicitaires

- Mots clés
- Audience TV
- Localisation
- Centres d'intérêt
- Public personnalisé

Twitter Cards

- Promouvoir vos publications
- Générer des lead
- Promouvoir votre application

Création de campagnes

- Rédaction des accroches publicitaires
- Choix des visuels
- Définir les supports d'envoi ou de ses publicités

Analyser ses résultats

- Comprendre les statistiques Twitter
- Placer ses indicateurs clés de performance – KPI
- Analyser ses statistiques pour réaliser des actions correctives

Durée de la formation

1 jour – soit 7 heures

Public concerné

- Responsable communication / marketing
- Entrepreneur
- Tout public souhaitant acquérir des compétences sur l'utilisation de Twitter dans un environnement professionnel

Objectifs de la formation

- Découvrir et savoir utiliser les publicités Twitter
- Comprendre les usages et enjeux la publicité sur Twitter
- être capable de mettre en place une campagne de publicité sur Twitter
- acquérir de nouveau contact et toucher de nouvelles cibles

Découvrir les réseaux sociaux : gérer la visibilité de son entreprise

L'écosystème des réseaux sociaux est devenu très vaste voir opaque pour de nombreuses personnes. Nous vous proposons cette formation découvrir les réseaux sociaux afin de vous mettre le pied à l'étrier, de vous faire découvrir leurs usages professionnels, leur fonctionnement et les différents types de réseaux sociaux qui composent cette sphère.

Définir les usages de chaque réseau social Ecouter le web grâce à la veille

- Pourquoi faire de la veille
- Les outils pour faire de la veille
- Mettre en place un processus de veille simple et efficace
- La curation de contenu

Blog

- Pourquoi créer un blog
- Usage et avantages
- Quelle plateforme utiliser ?

Principes de bases du community management

- Organisation, gestion du temps, fréquence de publication
- Les missions du community manager
- Les 5 étapes pour réussir son animation de communauté

Commencer sur Facebook

- Créer une page Facebook
- Paramétrage fait
- Définir et optimiser ses publications
- Quand et comment publier

Commencer sur Twitter

- Créer son compte twitter
- Paramétrer son compte Twitter
- Comprendre les usages le langage et règles de vie
- Bien publier sur Twitter

Commencer sur LinkedIn

- Créer son compte LinkedIn
- Optimiser son profil
- Mettre en place un bon sourcing
- Créer une page entreprise

Mesurer son activité et définir ses indicateurs clés de performance

- Les outils de mesure d'activité
- Les KPI

Durée de la formation 2 jours – soit 14 heures

Public concerné

- Chargé de communication / responsables marketing
- Entrepreneur / Créateur d'entreprise
- Community managers
- Tout public c'est intéressant aux réseaux sociaux et souhaitant les intégrer dans leurs outils de travail.

Objectifs de la formation

- Intégrer efficacement les réseaux sociaux dans sa stratégie de présence sur le web
- Déjargonner et avoir une vision précise de l'écosystème social média
- Définir une stratégie de présence au regard d'objectifs fixés : visibilité, réputation
- Bien choisir ses réseaux sociaux en fonction de ses besoins
- Comprendre le fonctionnement des principaux réseaux sociaux : Facebook, Twitter et LinkedIn

E-réputation et personal branding sur les réseaux sociaux professionnels

Gérer et optimiser son e-réputation et personal branding en tant que personne, qu'entrepreneur, freelance est crucial pour votre activité. Durant cette formation e-réputation et personal branding, confrontez votre e-réputation actuelle et construisez votre future présence en ligne et personal branding avec les conseils de notre consultant-formateur.

E-réputation et personal branding bonnes pratiques à adopter

- Les enjeux pour sa carrière professionnelle
- Les règles du jeu web à connaître
- Quelques précautions à prendre
- Gérer l'e-réputation de ses collaborateurs

Panorama des médias sociaux pour gérer son e-réputation

- Réseaux sociaux professionnels
- Le blog la pierre angulaire de son contenu
- La curation de contenu
- Outils de promotion de son profil et CV numériques

Mettre en place son personal branding

- Avoir une démarche stratégique
- Se valoriser et avoir une ligne éditoriale claire
- Prendre la parole sur les bons espaces

Veille collaborative et monitoring

- Panorama des outils de veille
- Monitorer son profil et son activité sur les médias sociaux – quels outils et pour quoi ?
- Gestion de crise sur les médias sociaux : comment s'y préparer, agir et prendre la parole
- Transfert : modèle de veille efficace et méthodologie de gestion d'e-réputation globale

Durée de la formation

1 jour – soit 7 heures

Public concerné

- Directeur de la communication
- Chargé de communication digitale
- Directeur des Ressources Humaines, Responsable ou Assistant RH
- Dirigeant d'Entreprise

Objectifs de la formation

- Savoir évaluer sa présence de marque en ligne
- Mettre en place une veille efficace
- Être en capacité d'agir en temps de crise mais aussi hors temps de crise

Générer du business sur les réseaux sociaux professionnels

Vous souhaitez développer votre réseau, découvrir de nouvelles opportunités de business ou tout simplement vous faire connaître, vos produits, vos services... Cette formation business et réseaux sociaux professionnels est faite pour vous aider à générer du business via ces nouveaux médias.

Valoriser son profil

- Mise en place d'un profil tourné vers l'efficacité
- Quelques expériences professionnelles mettre en avant
- Mettre en place une stratégie de recommandations

Création de contacts

- Rechercher des contacts pertinents
- Filtrer ses recherches et les demandes de contact
- Exploiter sa base de contacts
- La curation de contenu

Prendre la parole

- Les groupes de discussions
- Le mur d'activité: consulter, diffuse et interagir
- Messagerie privée

Les pages entreprises

- Diffuser de l'information
- Marque employeur
- Faire de la publicité

Prospecter

- Recherche
- Mise en place d'un process de Sourcing

Durée de la formation

1 jour – soit 7 heures

Public concerné

- Ingénieur d'affaires , ingénieur commercial, responsable commercial
- Gérant d'entreprise, entrepreneur, freelance
- Toute personne ayant besoin de booster son business sur les réseaux sociaux professionnels

Objectifs de la formation

- comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux professionnels
- Découvrir les avantages des versions premium
- Mettre en place une prospection commerciale efficace
- Passer le cap du simple contact

Formation Community Management

Comprendre les usage interne et externe



Animer son réseau social d'entreprise : community management interne

Animer le réseau social d'entreprise, créer des interactions sociales entre salariés, inciter les différentes strates de l'entreprise à travailler de manière agile, développer une intelligence collective en interne, autant d'objectifs à réaliser pour le community manager interne. Cette formation community management interne vous permettra de découvrir sur 1 jour les différentes composantes de l'animation d'un réseau social interne.

Introduction

- Rappel des enjeux et de la philosophie d'un réseau social d'entreprise
- Objectifs, complexe, dimension stratégique et managériale
- La place du RSE face aux autres outils de communication interne

Focus sur les aspects sociologiques du web

- Comprendre les enjeux du web collaboratif
- Les outils du web
- Étude de cas de réseau social d'entreprise
- Quels impacts attendre de son réseau social d'entreprise

Rôles et bonnes pratiques du Community Management

- Lancer et dynamiser sa communauté
- Créer son contenu d'amorçage
- Mettre en place son planning éditorial
- Créer un réseau d'ambassadeurs
- Analyser ses actions
- Mettre en place un plan d'actions de communication

Cycle de vie d'une communauté interne

- La gestation de la communauté
- Le lancement de la communauté
- L'essor de la communauté
- La fin de vie de la communauté
- Piloter sa communauté

Fonctionnement du Réseau Social d'Entreprise

- Enrichir son profil
- Suivre l'actualité qui me concerne
- Créer ses premiers contacts
- Création de groupe de travail
- Les étapes à respecter pour créer ses groupes
- Communiquer avec les autres
- Publier des fichiers

Durée de la formation

1 jour – soit 7 heures

Public concerné

- chargé de communication, responsables marketing
- responsable des ressources humaines

Objectifs de la formation

- Animer efficacement son réseau social d'entreprise
- Créer une dynamique active au sein de son RSE
- Déjargonner et avoir une vision du travail collaboratif

Découvrir le métier de community manager

Déjà community manager, ou futur animateur des réseaux sociaux de votre entreprise ? Cette formation vous fait découvrir le métier de community manager sur 2 jours et dans un format alliant théorie et coaching. Vous y découvrirez les différentes composantes du métier ainsi que des focus sur les principaux outils du community manager. Cette formation community manager débutant s'adresse à des personnes ayant une utilisation quotidienne du web.

Concepts en enjeux des médias sociaux

- En quelques chiffres
- Les usages : business, RH, communication, marketing, veille
- Les outils indispensables

Écouter le web grâce à la veille

- Mettre en place une veille simple et efficace
- flux RSS et agrégateur de flux RSS
- La veille avec Twitter
- La curation de contenu

Blog et blogosphère – Relations presses

- Que représente la blogosphère ?
- Pourquoi et comment blogueurs
- Usage et intérêt d'un blog d'entreprise
- Comment créer un blog pour son entreprise

Principes de bases du community management

- Qu'est-ce qu'un community manager ?
- 5 étapes pour réussir son animation de communauté
- Construire son planning éditorial

Commencer sur Facebook, Twitter et Google+

- Comprendre leur fonctionnement
- Méthode pour bien construire ses publications
- Définir les usages de chacun et les contenus à y publier

Mesurer son activité et définir ses indicateurs clés de performance

- Mettre en place un tableau de suivi statistique
- Repérer les metrics intéressants
- Comprendre les statistiques Facebook, Twitter et Google+

Durée de la formation

2 jours – soit 14 heures

Public concerné

- Chargé de communication, responsables marketing
- Community managers
- Journaliste
- Personne en reconversion professionnelle

Objectifs de la formation

- Découvrir les aspects du métier de community manager
- intégrer efficacement des réseaux sociaux dans sa stratégie de présence sur le web
- Déjargonner et avoir une vision précise de l'écosystème social media
- Définir une stratégie de présence au regard d'objectifs fixés : visibilité, réputation

Formations au Référencement

Référencer son site sur les moteurs de recherche



Référencement local de son établissement

Vous souhaitez que votre établissement soit bien référencé au niveau local. Suivez cette formation pour apprendre à gérer le référencement de son établissement sur Google Maps avec Google My Business. Découvrez comment s'inscrire sur les annuaires et listings pour être facilement trouvable. Faites un site web simpliste pour présenter votre activité.

Pourquoi avoir un bon référencement local?

- Le botin est mort !

Google My Business et Google Maps

- Présentation de Google Maps
- Découverte d'une fiche établissement
- Analyse des établissements concurrents
- Prise de contrôle (revendication) de son établissement

Optimisation du référencement

- Mise à jour des informations de mon établissement
- L'importance de chaque donnée
- Comment optimiser sa visibilité ?

Création d'un site

- Utiliser le Site Web par défaut.

Les annuaires

- Listage de l'ensemble des annuaires gratuit

Durée de la formation

1 jours – soit 7 heures

Public concerné

- Gérant d'établissement (commerce, restauration, hôtellerie, artisan, agence, libéral, médical, ...)
- Entrepreneur Souhaitons communiquer sur son projet, son entreprise.
- Tout public souhaitant acquérir des compétences en référencement dans son environnement professionnel.

Objectifs de la formation

- Gérer le référencement de son établissement sur Google Maps avec Google My Business
- S'inscrire sur les annuaires et listings pour être facilement trouvable
- Faire un site web simpliste pour présenter mon activité

Optimiser son référencement naturel SEO

Rendre son site Internet visible sur Google, gagner des places dans le ranking.

Critères de pertinence du référencement naturel:

- Fonctionnement des moteurs de recherches.
- Critères de pertinence du SEO.
- Connaître les facteurs bloquants et valorisants.
- Maîtriser les critères de pertinence éditoriaux et ergonomiques.
- Comprendre le principe de popularité et de Social Media Optimization (SMO)

→ PAUSE DÉJEUNER

Définir sa stratégie de référencement naturel :

- Mise en oeuvre d'une stratégie de longue traîne.
- Définir les thématiques sur lesquelles on souhaite se positionner.
- Tirer parti des générateurs de mots-clés pour identifier les mots-clés.
- Exploiter la recherche universelle.
- Analyser la stratégie des concurrents.
- Définir ses indicateurs clés de performance.

Maîtriser les techniques avancées de référencement naturel :

- Utiliser les outils et plugin indispensables pour analyser la performance du SEO.
- Détecter et gérer les cas de duplication de contenu.
- Intervenir sur le CMS pour le rendre SEO-friendly.
- Rédiger ses contenus pour favoriser le SEO.
- Optimiser les balises meta et les URL.
- Paramétrer les sites map XML et Google Webmaster Tool.
- Développer la popularité de son site.
- Mettre en oeuvre une stratégie de SMO.

→ PAUSE DÉJEUNER

- Optimiser son site pour la recherche mobile.
- Distinguer white-hat et black-hat.

Intégrer le référencement naturel dans la refonte d'un site :

- Créer des tableaux de bords de suivis.
- Savoir analyser la performance du SEO en fonction des KPI définis.
- Exploiter les informations fournies par Google Master Tool
- Apporter des actions correctives.

Durée de la formation

2 jours – soit 14 heures

Public concerné

- Responsable communication / chargé de communication / marketing, webmaster, community manager
- Entrepreneur Souhaitons communiquer sur son projet, son entreprise.
- Tout public souhaitant acquérir des compétences en référencement dans son environnement professionnel.

Objectifs de la formation

- Définir les critères de tris des moteurs de recherche.
- Définir sa stratégie de référencement naturel.
- Acquérir les techniques pour améliorer visibilité et référencement sur le web.
- Acquérir les bases du référencement pour superviser un développeur/intégrateur.
- Maîtriser les techniques avancées de référencement naturel.
- Intégrer le référencement naturel dans un projet de refonte de site Web.

Apprendre les bases du référencement naturel

Notre formation sur les bases du référencement naturel d'un site web vous permettra d'acquérir les compétences nécessaires pour réaliser le référencement de votre site web. Cette formation s'adresse à un public ayant au préalable quelques notions en webmarketing et vocabulaire web. Nos formations se déroulent dans nos locaux ainsi qu'au sein de votre établissement (Inter ou Intra).

Mettre en place une stratégie de référencement

- Auditer son site web
- Réaliser une analyse de ces mots clés
- Comprendre ces statistiques avec Google Analytics
- Réaliser son suivi de positionnement dans les moteurs de recherche

Éléments techniques du site

- Site map
- Rapidité du site

Optimiser la construction de ses pages web

- Les mots clés – meta keywords
- rédiger les URL de la page
- les titres - meta title
- La meta description
- les titres HN

Les contenus

- Rédiger ses pages et articles
- Les sous-titres
- Choix des mots clés
- Positionnement de ces mots clés
- Balise alt sur les images

Les hyperliens – internes et externes

- Utilité des liens sur son site
- Réaliser un maillage parfait de ses pages
- Obtenir des liens externes, quelles stratégies adopter

Réseaux sociaux

- Importance de Google+ et Youtube
- Partage sociaux
- Tweet et publication Facebook sur Google

Durée de la formation

2 jours – soit 14 heures

Public concerné

- Responsable communication / chargé de communication / marketing, webmaster, community manager
- Entrepreneur Souhaitons communiquer sur son projet, son entreprise.
- Tout public souhaitant acquérir des compétences en référencement dans son environnement professionnel.

Objectifs de la formation

- Maîtriser toutes les bases du référencement d'un site web
- Intégrer efficacement le référencement dans sa stratégie digitale
- Déjargonner et avoir une vision précise de l'écosystème SEO
- Faire la différence entre le référencement naturel et payant

Apprendre les bases du référencement payant

Cette formation sur les bases du référencement payant vous permettra d'acquérir les bases de la mise en place d'une stratégie de référencement payant. Ainsi que les connaissances et compétences nécessaires à l'utilisation des outils mis à disposition par Google dans le but de promouvoir votre site web sur son moteur de recherche.

Principes de fonctionnement

- Adwords
- Le positionnement
- Les enchères
- Les réseaux
- Le quality score
- Les annonces

Les autres programmes

- Google AdSense
- Le Réseau Display
- Google Shopping

Les modèles de monétisation

- Le CPA
- Le CPC
- Le CPM

Les outils Google

- Keyword planner
- Planeur
- Trends

Les campagnes

- Facteurs de qualité et de succès
- Préparation des campagnes
- choix des mots clés
- optimisation des annonces
- maîtriser les types de ciblage
- Utilisation des extensions d'annonce
- suivi des campagnes
- évaluation du retour sur investissement (ROI)

Durée de la formation

1 jour – soit 7 heures

Public concerné

- Responsable de communication , chargé de communication/marketing, webmaster, community manager
- Entrepreneur souhaitant communiquer sur son projet, son entreprise.
- Tout public souhaitant acquérir des compétences en référencement dans son environnement professionnel.

Objectifs de la formation

- Maîtriser toutes les composantes et spécificités du référencement payant
- Intégrer efficacement le référencement payant dans sa stratégie de présence sur le web
- Déjargonner et avoir une vision précise du référencement payant
- Acquérir des connaissances et compétences nécessaires à la mise en place d'une stratégie de référencement payant
- Comprendre les différences entre les différents outils mis à disposition

Formations au WebMarketing et outils

Se former au WebMarketing et aux outils



Créer des présentations dynamiques sur le web

Ce programme vous propose de monter en compétence sur les nouveaux outils de présentation dynamique disponibles sur le web. Faites évoluer votre communication externe et interne grâce à des présentations plus dynamiques, structurales et graphiques.

Prezi

- Inscription à Prezi
- Comprendre Prezi
- Les textes dans Prezi
- Les images dans Prezi
- Les objets dans Prezi
- Importer les documents PPT et PDF
- Créer un scénario entre les éléments
- Les cadres (différences, fonctionnalités)
- Insérer son et vidéo
- Animer le contenu d'un cadre
- Gérer et diffuser sa présentation une fois finalisée

Bunkr

- Différences avec Powerpoint
- Fonctionnalités
- Inscription
- Les slides
- Ajouter du texte
- Ajouter des médias
- Mise en forme
- Partager sa présentation

Mindmapping

- Les fondements du mindmapping
- Construire des mindmapping efficaces
- Utiliser le Mind Mapping pour augmenter votre productivité
- Logiciel pour réaliser son mindmapping
- Exercice

Durée de la formation

1 jour – soit 7 heures

Public concerné

- Chargé de communication, responsables marketing
- Entrepreneur souhaitant communiquer sur son projet, son entreprise.
- Tout public souhaitant acquérir des compétences sur l'utilisation des nouveaux outils de présentation

Objectifs de la formation

- Maîtriser des nouveaux outils de présentations dynamiques
- Intégrer efficacement ses nouveaux outils dans sa stratégie de communication
- Acquérir les compétences nécessaires à la réalisation de présentations dynamiques

Créer un site et un blog avec WordPress

Notre formation «Créer un site et un blog avec WordPress» vous permet d'acquérir les compétences nécessaires à la réalisation d'un blog avec le CMS Wordpress. Cette formation est scindée en 2 parties : Acquérir les bases de la création de blog avec Wordpress et Aller plus loin grâce au CMS Wordpress.

Hébergement et nom de domaine

- Présentation de WordPress
- Choisir un nom de domaine
- Choisir un son hébergement
- Créer sa base de données
- Installer WordPress

Prise en main de WordPress

- Découverte de WordPress (partie internaute et partie privée)
- Ecrire et publier ses premiers articles
- Définir des catégories et des mots-clés
- Ecrire et publier ses premières pages
- Préparer et intégrer des images
- Créer une galerie d'images

Créer et gérer le contenu

- Insérer des vidéos
- Insérer des liens (internes, externes, vers des documents)
- Organiser son contenu
- Définir une arborescence
- Choisir et installer un thème graphique
- Installer et configurer des widgets

Administration et Webmastering

- Installer et paramétrer des extensions
- Gérer les comptes utilisateurs
- Les réglages avancés
- Notions de SEO : Google et le référencement naturel
- Maintenance et sauvegarde
- Sécuriser son site

Durée de la formation

2 jours – soit 14 heures

Compétences professionnelles visées

- Apprendre à créer son site internet avec WordPress
- Créer et gérer le contenu du site
- Administrer le site (webmastering)
- Comprendre l'écosystème WordPress

Public concerné

- Chargé de communication, responsables marketing
- Entrepreneur souhaitant communiquer sur son projet, son entreprise.
- Tout public souhaitant acquérir des compétences sur l'utilisation des nouveaux outils de présentation

Gérer vos campagnes emailing marketing

Cette formation sur la gestion de vos campagne emailing vous apportera les connaissances et compétences nécessaires à la réflexion, mise en place, gestion et analyse de vos campagnes emailing marketing.

Introduction

- Présentation
- L'e-mailing est-il mort ?
- quels sont les bénéfices et enjeux de l'e-mailing ?
- rappel législatif

Quoi diffuser ?

- Les différents types d'emailing
- les différentes typologies de campagne
- les bonnes pratiques de mise en œuvre
- notion juridique de l'e-mailing marketing

Les premiers pas sur Mailchimp ou SendinBlue

- Création du compte et gestion et gestion du multi-comptes
- Gérer son compte : données personnelles, données bancaires
- Tableau de bord, Campagnes, Listes, Reporting
- Intégrer un formulaire d'inscription à son site / blog
- Les liste de contacts
- Créer liste
- Importer ses contacts
- Ajouter et modifier ces listes
- Augmenter ses liste

Créer ses premières campagnes emailing

- Les types de campagnes
- Process de création de ses e-mailing
- Mise en forme

Suivre ses reporting

- Connecter mailchimp à google analytics
- Comment interpréter les données : taux d'ouverture, taux de clics

Rédiger son contenu

- Bien sélectionner son contenu
- mise en forme éditorial
- optimiser ses contenus afin de les rendre plus attractif
- choix et création de visuel

Durée de la formation

1 jour – soit 7 heures

Public concerné

- Chargé de communication, chef de projet web, personnes en recherche d'emploi souhaitant acquérir de nouvelles compétences.
- Tout public souhaiter en compétences et acquérir de solides bases en communication web et communautaire.

Objectifs de la formation

- Intégrer l'e-mailing dans la stratégie de communication
- Comprendre les atouts et enjeux de l'emailing
- Mettre en place de manière simple et efficace de l'emailing marketing

Conception / rédaction web

Cette formation à la conception / rédaction web vous apportera les compétences et connaissances nécessaires à la notion particulière de rédaction pour le web. Grâce à cette formation, vous serez en mesure de créer vous-même du contenu spécifique pour votre site web, votre communication digitale, ou encore, pour vos réseaux sociaux.

Les spécificités de la lecture web et mobile

- Adapter ses contenus en fonction des types de lecteurs et des écrans

Écrire un texte et un article pour le web

- Structurer ses contenus et la navigation des internautes
- Les chemins de la lecture
- Les 5 W
- La longue trail et le SEO
- Les bonnes pratiques de rédaction pour Google

Concevoir des contenus visuels adaptés

- Photos : bien les prendre et les choisir
- Bibliothèque gratuite, payante, libres de droit
- Concevoir des visuels
- Outils pour se passer de Photoshop
- Vidéo
- Publier ses vidéos sur YouTube
- Bonnes pratiques de référencement pour YouTube
- Infographies

Écrire des liens pour le web et les réseaux sociaux

- Rédiger ses urls
- liens internes et externes
- Raccourcir ses URL pour les réseaux sociaux

Écrire pour les les réseaux sociaux

- Twitter : apprendre à rédiger en moins de 280 caractères
- Rendre ses messages percutants pour être lus sur Facebook
- bien choisir ses hashtag

Écrire avec sa communauté et les internautes

- savoir gérer et répondre aux commentaires
- les blogs collaboratif

Durée de la formation

2 jours – soit 14 heures

Public concerné

- Responsable communication / marketing, chargé de communication/marketing, webmaster, community manager, journalistes, rédacteurs web
- Entrepreneur souhaitant communiquer sur son projet, son entreprise.

Objectifs de la formation

- Comprendre les mécanismes de rédaction pour un site web, un blog et les réseaux sociaux
- Savoir produire des contenus textuels, visuels, vidéos et urls adaptés au web

Digitaliser son Entreprise

Vous savez que vous avez un virage à prendre mais ne savez pas comment. Suivez cette formation pour comprendre les enjeux de la transformation digitale de l'entreprise et acquérir une vision d'ensemble de la transformation digitale. Vous comprendrez enfin le vocabulaire propre à ce domaine et pourrez jeter les bases de sa propre stratégie.

Les fondamentaux et enjeux de la transformation numérique

- Intro et tour de table
- Qu'est-ce que le numérique ?
- Les nouvelles technologies et les nouveaux usages
- Quelles conséquences pour mon entreprise et pour mes différents interlocuteurs ?
- Intégrer le numérique dans ma stratégie digitale

Simplifier mon organisation interne

- Dématérialiser les documents administratifs (Intérêt et méthode de simplification de la gestion des factures, devis et archives)
- Organiser la gestion des données relatives aux prospects, clients et fournisseurs

Les solutions Open Source

- Notions et définitions, différents types de licence
- Intérêts et risques d'adoption de solutions et outils OpenSource
- Les Outils OpenSource pour le poste de travail
- Les Outils pour la Gestion d'Entreprise: Suites décisionnelles (Les solutions ERP, Les solutions CRM, Outils de Reporting)
Les solutions GED et Enterprise Content Management

Effectuer mes démarches administratives en ligne

- Réaliser ses déclarations fiscales et sociales en ligne (déclarations sociales, déclarations de TVA etc.)

Externaliser mes données

- Qu'est-ce que le cloud computing ?
- Définitions, bénéfices et risques
- Cadre légal
- Panorama du marché
- Principaux acteurs
- Principales solutions (IaaS, PaaS et SaaS)

Durée de la formation
3 jours – soit 21 heures

Public concerné

- Chef d'entreprise
- Dirigeant
- Directeur
- Gérant
- Entrepreneur souhaitant digitaliser son projet, son entreprise.

Objectifs de la formation

- Comprendre les enjeux de la transformation digitale de l'entreprise
- Acquérir une vision d'ensemble de la transformation digitale
- Acquérir le vocabulaire propre à ce domaine
- Pouvoir jeter les bases de sa propre stratégie

- Les bonnes pratiques pour l'intégration du cloud le système d'information de son entreprise

Sécuriser mes solutions digitales

- Introduction à la sécurité des systèmes d'information : Contexte, enjeux, chiffres-clés
- Définition et identifications des principaux risques actuels (hacking, failles de sécurité)
- Diagnostiquer son niveau de sécurité
- Les outils et moyens techniques de parade aux principales menaces simples
- Mot de passe, sauvegarde, coffre-fort électronique, navigation, mise à jour des outils, choix d'un hébergement sécurisé pour son site, etc.

