

LE MARKETING DIGITAL ADAPTÉ À MON ENTREPRISE (NIVEAU 4)

Cette formation vise à acquérir les compétences théoriques et pratiques permettant d'utiliser au quotidien le marketing digital pour développer la notoriété de votre entreprise.

■ Objectifs de formation

- Objectif 1 : Développer la notoriété de la marque ou de l'entreprise
- Objectif 2 : Acquérir plus de clients et les fidéliser
- Objectif 3 : Apprendre à suivre l'évolution du marché

■ Public visé

Durée 4 jours soit 28h00	Nombre de stagiaires 1 personne
Lieu 80 Rue du Château Durbesson – 84200 Carpentras	Coût T.T.C global 3200,00€

■ Dates et horaires

Quatre jours à définir - De 9h à 12h30 et de 14h à 17h30

■ Contenu pédagogique – Programme de la formation

- Chapitre 1 : Introduction aux réseaux sociaux
Évaluation de l'engagement des réseaux sociaux de l'entreprise
Analyse des statistiques de ceux-ci
Tendance 2021 pour les réseaux sociaux
Évaluation des connaissances de l'apprenant
- Chapitre 2 : Stratégie digitale de l'entreprise
Évaluation des connaissances de l'entreprise
Audit des outils digitaux utilisés par l'entreprise
Analyse de la stratégie digitale de l'entreprise, orientation client (vendre, fidéliser, créer une communauté.)
Mise en place d'une stratégie adaptée à l'entreprise
- Chapitre 3 : Le contenu de l'entreprise sur les réseaux sociaux
Quel type de contenu doit être utilisé par l'entreprise
À quelle fréquence l'entreprise doit-elle publier
Analyse des moments clés pour les publications
Présentation et création de contenu et de matériel nécessaire (prise de photos, photos libres de droit, logiciels, ...)
Présentation de l'outil Canva
Atelier de création sur l'outils Canva
- Chapitre 4: Leviers d'interactions
Comment sponsoriser une publication
Jongler entre les différents réseaux sociaux utilisés
Présentation de l'importance des identifications (lieux et partenaires)
Animations, gamification et engagements

- Chapitre 5 : Instagram « stories » et « reels »
Présentation de ces fonctions
Présentation d'applications tierces à connaître (Mojo, Canva, LightRoom,...)
Comment utiliser les stickers
Mise en place d'une stratégie de publication de « stories »
Atelier création
- Chapitre 6 : Les bases du CRM
Présentation et définition du CRM
Étude du parcours client
Comment récolter les données
Outils de stockages et d'exploitation des données
Être joignable et pouvoir joindre ses clients
- Chapitre 7 : Introduction au plan marketing
Audit de la situation de l'entreprise
Établir une description d'un marché cible
Établir des objectifs de marketing clairs
Établir une stratégie de marketing
Dressez les état financier
- Chapitre 8 : Étude du marché et analyse de l'entreprise
Étude de marché
Identification des concurrents
Réalisation d'un SWOT : Identifier les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces.
- Chapitre 9 : Google My business
Présentation de l'outils.
Création du compte de l'entreprise
Mise à jour des informations et du contenu
- Chapitre 10: Site internet les besoins de l'entreprise
Audit de la situation et des besoins de l'entreprise
Définir les objectifs et le rôle du site
Nom de domaine : définir et acquérir
Création d'un projet (visuel, contenu, ...)
- Chapitre 11: Création du site internet vitrine de l'entreprise
Présentation de l'outil Wix
Présentation des différentes options de la plateforme
Sélection d'un thème graphique
Créer, ajouter, supprimer du contenu
Insertion de fonctionnalités (formulaire de contact, Google maps, ...)
Insertion d'un blog et d'une newsletter

■ Formateur(s)

Cate LALOUX

Ancienne directrice de collection pour la fondation Jean-Paul Blanchère. Lors de son parcours professionnel, elle à eut la responsabilité de créer et de mettre en place l'ensemble de la stratégie digitale de l'entreprise pour laquelle elle œuvre. Depuis elle s'est lancée en tant que community manager indépendante et utilise son expérience pour développer la notoriété des entreprises qui font appel à elle.

■ Pré-requis nécessaires pour suivre l'action de formation

Savoir parler et écrire en Français ou en Anglais.

■ Matériel requis

Prévoyez votre ordinateur et votre smartphone. Si vous utilisez une tablette, vous pouvez également la prendre en plus de l'ordinateur.

■ Moyens pédagogiques et d'encadrement mis en œuvre

Nous alternerons régulièrement théorie et pratique : l'apprenant dispose d'un poste de travail pour mettre en pratique au fur et à mesure les notions abordées.

■ Supports pédagogiques

Il est remis aux stagiaires :

- le plan de déroulement de la formation
- un support récapitulatif de l'ensemble du contenu de la formation
- lorsque c'est nécessaire, un contenu photo sera également fourni au stagiaire

■ Modalités de suivi et dispositif d'appréciation des résultats

Évaluation formative en continu ; Commentaire personnel en fin de formation si souhaité. Bilan commun le dernier jour.

Un questionnaire sera également effectué par l'apprenant de manière à valider les principales connaissances acquises.

■ Informations complémentaires

Formation qui peut être dispensée en français ou en anglais

Bâtiment conforme aux normes d'accessibilités

