



FORMATION WEB MARKETING

« 80% de la réussite est dans le premier pas » Woody Allen



Objectifs de la formation :

- Développer son activité professionnelle avec les réseaux sociaux et le référencement naturel sur Google
- Se créer une présence digitale et une e-réputation sur la première page de Google
- Augmenter le trafic de son site web
- Gagner des fans, recruter des prospects, acquérir des nouveaux clients et fidéliser.

Public visé :

- Débutants
- Intermédiaires
- Chargés de communication
- Chefs de projet
- Curieux

Pré-requis :

- Etre utilisateur d'internet
- Connaitre les bases des réseaux sociaux
- Avoir un profil Facebook

Durée :

2 jours





FORMATION WEB MARKETING

Formateur :

Marie Ledru, auteur de « Simple comme Twitter » aux éditions du net
Elue parmi les dix femmes digitales à suivre sur Twitter (*source :
Melwater, juillet 2015*)

Moyens Pédagogiques :

- Présentation PowerPoint
- Etudes de cas concrets
- Support de la formation en PDF
- Une organisation de travail acquise

Prix par participant :

- Inter-Entreprises : 1 000€ HT
- Intra-Entreprises : Devis sur mesure

Les + de la formation :

- Un formateur expert et passionné
- Un discours accessible à tous
- Une bonne ambiance assurée : on se déconnecte du quotidien pour mieux se connecter au monde virtuel
- Un suivi d'avancement sur vos projets



Programme de la formation

1ère Journée : Animation des Réseaux Sociaux

1. Utilisation des réseaux sociaux pour son business

Etablir une stratégie Web sociale : cibles, audiences, objectifs, choix du réseau social, organisation, tableau de bord et plan d'actions

2. Facebook

Chiffres clés et cibles

Création d'une publicité Facebook depuis le gestionnaire de Publicité : présentation de l'interface, pixel Facebook, audiences similaires

Comment engager sa communauté ? Astuces et conseils

3. Instagram

Chiffres clés et cibles

Fonctionnalités principales

Astuces pour engager la communauté

Création d'une publicité sur Instagram

4. Twitter

Chiffres clés et cibles

Tweet, ReTweet, Intérêt des listes, se créer une communauté,

Comment engager sa communauté ? Astuces et conseils.

5. LinkedIn

Chiffres et cibles

Les pages et les profils : fonctionnalités principales

Astuces du réseau

6. Outil de gestion de réseaux sociaux

Présentation de Hootsuite

Paramétrage et personnalisation du tableau de bord

Gestion des flux, programmation des posts

2ème Journée : Le référencement web (SEO) sur Google

1. Introduction

Intérêt d'un bon référencement

L'importance d'une bonne optimisation

Le comportement des internautes sur un site

Comment les moteurs analysent un site web ?

Comment fonctionne Google ?

2. Les paramètres internes : les facteurs clés de l'optimisation technique

Optimiser le nom de domaine et les URLS

Optimiser les balises métag : définition et cas pratiques

L'importance des titres (H1, H2, H3...)

La rédaction web : choix des mots clés, optimiser le texte, les images

Le maillage interne

3. Les paramètres externes

L'impact de l'hébergement d'un site

Le temps de chargement du site

Comment soumettre son site au moteur de recherche de Google ?

Maîtriser l'indexation de son site (sitemap, Robot.txt, index, follow...)



FORMATION WEB MARKETING

4. Mettre en place une stratégie de Netlinking

Les consignes de Google en matière de Netlinking

Le Page Rank

Mise en place d'une stratégie de netlinking pérenne

5. Etudes de cas et audit du site du/des stagiaires

