

PROGRAMME DE LA FORMATION

1^{ère} journée : RESEAUX SOCIAUX

Panorama des réseaux sociaux utilisés en France et dans le monde

Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, ...

Blogs : quels usages et intérêts pour l'entreprise ?

Comment mettre en place une stratégie digitale ?

Les étapes pour construire sa stratégie digitale

Facebook

Fonctionnalités générales : profil, page, paramètres

Flux d'actualité

L'algorithme de Facebook (Edge Rank)

Statistiques :

Mieux connaître sa communauté

Taux d'engagement

Savoir lire les statistiques et en tirer des recommandations

Les posts :

Comment créer des posts engageants ? (like, partage, commentaire....)

De quoi devez-vous parler ?

Comment avoir de bonnes idées ?

Comment créer des posts graphiques ?

Gestionnaire de publicité de Facebook / Instagram :

Le Pixel Facebook

Les supports/ formats/ structures pub FB

Les différents ciblages

Les audiences personnalisées

Les audiences similaires

Instagram

Identifier et comprendre les fonctionnalités

Mettre en place une ligne éditoriale

Des outils permettant de créer des éléments graphiques optimisés

Qu'est-ce que le Hashtags ?

Détecter et se positionner sur les bons hashtags

Construire sa communauté et se faire connaître

Organiser un jeu concours

Règlementation

Les possibilités de mise en place

Marketing Automation

Définition

Objectifs et mise en place

Les outils incontournables pour animer et gérer ses réseaux sociaux

Les outils d'analyse

Les outils de veille

Les outils d'images

2^{ème} journée : REFERENCEMENT NATUREL

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 ?

Les paramètres Internes

Les facteurs clés de l'optimisation technique :
Optimiser son nom de domaine et ses 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

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...)

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

Etudes de cas et audit du site du/des stagiaires