HM FORMATION

Programme de formation

Maîtriser le marketing digital, ses stratégies et ses outils

Domaine : TIC

Durée : 21H

Objectifs :

- Exploiter le marketing digital pour développer son entreprise
- Comprendre les implications de l'algorithme de Google pour améliorer sa visibilité sur internet
- Prospecter en mode « social selling » sur Linkedin
- Identifier des opportunités et paramétrer une veille
- Utiliser efficacement les différents réseaux sociaux pour fidéliser
- Animer son réseau pour susciter le partage
- Attirer des appels entrants par la publication de contenu
- Développer et maîtriser e-réputation et relation-client en ligne
- Elaborer une stratégie et optimiser les résultats grâce aux statistiques.

Pré-requis :

- Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone
- Avoir créé les comptes de l'entreprise sur les réseaux sociaux et en connaître les principales fonctionnalités

Public : service marketing, vente, chef d'entreprise, community manager ou toute personne souhaitant s'approprier les outils / stratégies du marketing digital

Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :

En format présentiel : mise en place d'un bureau / salle équipé par l'apprenant / client avec connexion internet. La formation peut également se dérouler dans nos locaux (dans ce cas mis à disposition si nécessaire d'un ordinateur équipé par HM Formation ainsi que les équipements comme un video-projecteur et paperboard)

Dans le cas d'une formation sur site client / apprenant un entretien sera effectué par nos services afin de vérifier l'adéquation des moyens techniques avec la formation.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Exposés théoriques du formateur avec support Powerpoint, études de cas, visionnage de vidéos, temps de réflexion par l'apprenant.
Cas pratiques / méthodes démonstrative sous forme d'ateliers
Echanges actifs stagiaire / formateur
Support de cours remis au participant

Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation Cas pratiques tout au long de la formation complété par une auto-évaluation des acquis en fin de formation.

Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants : Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

Modalité de suivi de l'action de formation : Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

Détail du programme :

INTRODUCTION

Comprendre l'évolution du web et les nouveaux usages des internautes
Evolution et panorama des réseaux sociaux en France
Les clients et leurs fournisseurs : le parcours client on/offline

GOOGLE

Comprendre le fonctionnement de Google
L'évolution de l'algorithme
Rechercher et identifier les mots-clés pertinents
Les outils complémentaires au site pour capter des leads
GoogleMyBusiness : créer/gérer sa page locale et ses offres
L'algorithme de la page locale
Publier du contenu sur sa page locale
Créer une communauté locale

FACEBOOK

Créer une page entreprise
Régler les paramètres
Gérer les rôles des administrateurs
Comprendre l'algorithme de Facebook
Utiliser tags et hashtags
Créer un groupe
Créer des événements
Connecter des solutions externes à Facebook

INSTAGRAM

Créer son compte professionnel
Régler les paramètres
Structurer sa bio
Comprendre la différence entre les publications
Cibler ses communautés
Organiser et modifier ses images
Connecter des solutions externes à Instagram
Relier Facebook et Instagram

TWITTER

Créer son compte professionnel
Découvrir le vocabulaire et les différents usages
Le tag et le hashtag sur Twitter
Comprendre l'algorithme
Les outils de gestion externes
La publicité sur Twitter
Créer une communauté
Interactions et influence

LINKEDIN

Optimiser son profil
Optimiser une page entreprise
Créer un groupe
Organiser un événement
Comprendre les subtilités de l'outil de recherche
Elargir son réseau en mode social selling
Importer/exporter ses données
Le tag et le hashtag sur Linkedin
Gérer son fil d'actualité
Comprendre l'algorithme
Sélectionner la bonne interaction
Note, messages et inmail
Comparer offres gratuites/payantes
Compléter avec des solutions externes
Consulter les statistiques
Utiliser Slideshare pour trouver et publier du contenu professionnel

LA PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Définir un objectif
Définir sa cible
Les différents types de publicité
La plateforme Google Adwords
La plateforme publicitaire Facebook/Instagram
La publicité sur Linkedin
La publicité sur Twitter
Interpréter les statistiques

MARKETING 2.0 ET CRÉATION DE CONTENU

Tunnel de conversion : ergonomie et persuasion
Rédiger des contenus pour le web
Créer des contenus visuels
Utiliser les différents types de vidéos
Marketing collaboratif : miser sur les communautés
Marketing viral : créer le buzz
Marketing d'influence : trouver ses influenceurs
Marketing de l'engagement : co-créer

E-REPUTATION ET RELATION-CLIENT LIGNE

Identité numérique et personnal branding
Maîtriser son e-reputation
Les règles juridiques
Paramétrer une veille
Générer des avis
Opter pour des avis certifiés
Répondre aux commentaires positifs et négatifs
Gérer une crise/un bad buzz

ELABORER UNE STRATÉGIE DE MARKETING DIGITAL

Auditer l'existant et poser les bases (cibles, messages, présences, relais, etc.)
Créer un planning de publication
Planifier ses actions dans la durée
Le community manager interne ou externe
Les outils d'aide au community management
Définir ses KPI
Utiliser les statistiques pour évaluer les résultats
Optimiser ses actions

HM FORMATION

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)