



CONCEPTEUR DESIGNER UI BLOC 2

Option : Stratégies webmarketing

Objectifs :

- Mettre en œuvre une stratégie webmarketing.
- Assurer une veille professionnelle et développer les compétences collectives de son équipe.

DURÉE : 24 heures d'E-learning + 23 heures avec un expert

PRÉREQUIS : Savoir utiliser un ordinateur

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES : Action de formation et mise en situation sous forme d'exercice, évaluation des acquis en fin de formation.

METHODES PEDAGOGIQUES STAGIAIRES ET MOYENS TECHNIQUES : Formation au centre de formation Neoone ou possibilité de Visio.

STRATEGIE DE WEBMARKETING

LES FONDAMENTAUX DU COMMUNITY MANAGER

- L'évolution des réseaux sociaux
 - L'histoire des réseaux sociaux
 - Les tendances 2021 - Partie 1 / Les chiffres clés
 - Les tendances 2021 - Partie 2 / Les chiffres clés
 - Pourquoi miser sur les réseaux sociaux
- Le Community Manager
 - Qui est le Community Manager ?
 - Les qualités du Community manager
 - Les bonnes pratiques : choisir le bon format, création de contenu, penser mobile first, social ads, engagement
 - La veille quotidienne
- La communauté du Community Manager
 - Comprendre et entretenir sa communauté
 - Construire et développer sa communauté

LA BASE DES RESEAUX SOCIAUX

- Facebook
 - La présentation de Facebook
 - La différence entre un profil, une page et un groupe
 - La création d'une page Facebook
 - Définir les objectifs de sa page
 - Quelques conseils pour animer votre page Facebook
 - L'algorithme Facebook
 - La sponsorship Facebook
- Instagram
 - Les bases d'Instagram – Partie 1
 - Les bases d'Instagram – Partie 2
- LinkedIn
 - LinkedIn
- YouTube

- Les bases de YouTube – Partie 1
 - Les bases de YouTube – Partie 2
- Twitter
 - Les bases de Twitter
- TikTok
 - Les bases de TikTok
- Pinterest
 - Pinterest : Comment mettre en place une stratégie
 - Pinterest : Anatomie
 - Pinterest : Marketing – Partie 1
 - Pinterest : Marketing – Partie 2
 - Pinterest : 7 étapes
- Snapchat
 - Les bases de Snapchat

CERNER LES ENJEUX COMPORTEMENTAUX DES INTERNAUTES POUR CONSTRUIRE VOTRE PROJET SOCIAL MEDIA

- Les indicateurs clés de performance à analyser
- La e-réputation
- La veille concurrentielle et la veille sociale médias
- Le projet social media
 - Chef de projet
 - Planification
 - Le Cycle de vie du projet : Exploration, Préparation, Mise en œuvre, Finalisation
 - Le reporting
 - Exemples de projets sociaux media
 - Création de contenus et budgets
 - Diffusion du contenu

METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE SOCIAL MEDIA

- Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle
- Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise
- Le Brand content et le modèle POEM - Partie 1 et 2
- Les outils d'organisation
- Les outils de veille - Partie 1 et 2
- Les outils de création - Partie 1, 2 et 3
- Les outils de planification

PINTEREST ADS

- Introduction
- Premier pas sur Pinterest
 - L'histoire de Pinterest
 - Les tendances Pinterest
 - Le fil d'actualité
 - Les fonctionnalités Pinterest
 - L'algorithme Pinterest - Partie 1 à 4
- Le moteur de recherche Pinterest
 - La recherche par mot-clé
 - La recherche visuelle
- Pinterest, pour quel type d'entreprise ?

- Blogueur
- Commerce de détail local ou service local
- La sponsorisation sur Pinterest
 - Créer une annonce
 - Utiliser les outils Pinterest pour suivre les performances
 - Analyser les performances - Partie 1 à 3

TIKTOK ADS

- Origine de l'application TikTok
 - Introduction
 - L'histoire de TikTok
 - Comment fonctionne TikTok ? - Partie 1 et 2
- Comment créer un TikTok Ads
 - Annonces - Partie 1 et 2
 - Mesures - Partie 1 et 2
- Quels contenus créer sur TikTok Ads ?
 - Créer une vidéo TikTok sur Canva
 - Comment créer un TikTok Ads
 - Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 1 et 2

SNAPCHAT ADS

- Snap, comment ça fonctionne ?
 - Introduction
 - L'histoire de Snapchat - Partie 1 et 2
 - Le logo de Snapchat
 - Les chiffres clés
 - Bien démarrer Snapchat - Partie 1 et 2
 - Les fonctionnalités
 - Snapchat, pour quel type d'entreprise ?
- Comment créer une annonce sur SnapChat
 - Pourquoi utiliser la publicité SnapChat
 - Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 1 à 6
- Comment élargir son influence sur SnapChat
 - Quelle stratégie de communication ? - Partie 1 et 2
 - Comment mesurer votre influence sur Snapchat

DEVELOPPER LES COMPETENCES COLLECTIVES DE SON EQUIPE FACE AU CHANGEMENT

- Manager le changement
 - Mettre en place une culture du changement
 - Agilité organisationnelle
 - Accompagner les transformations
 - Gérer les résistances du changement
- La réunion
 - Les bénéfices d'une réunion
 - Conduite de réunion
 - Le brainstorming
 - La gestion du temps
 - Les règles simples pour gagner du temps
 - Le développement par le travail collaboratif
 - Le compte rendu de réunion

