Formation ACO-Promotion et diffusion sur internet (Actions Collectives AFDAS)

Durée :	5 jours (35 heures)
Tarifs inter-entreprise :	875,00 € HT (standard) 700,00 € HT (remisé)
Public :	Intermittents (Techniciens du cinéma et de l'audiovisuel, Artistes musiciens, Artistes interprètes (hors musiciens), Techniciens du spectacle vivant)
Pré-requis :	Connaissance de base de l'outil informatique (utilisation clavier, souris...) - Connaissance de base d'internet et de l'utilisation d'une messagerie.
Objectifs :	Définir ses besoins de valorisation sur le web - Identifier les outils du web et des réseaux sociaux - Se présenter, présenter son travail artistique ou son œuvre en utilisant le web et les réseaux sociaux - Utiliser les réseaux sociaux pour développer son réseau - Développer une campagne de financement participatif en ligne (crowdfunding)
Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.

Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
Référence :	AUT101443-F
Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles
Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Introduction
Qu'est-ce que le webmarketing ?
Objectifs et problématiques
Comprendre le contexte

Identifier les outils de promotion web
Les sites web / blogs
La publicité
Les réseaux sociaux
Les emails
Définir les outils à utiliser

Créer un site avec WordPress
Utiliser WordPress
Comprendre la structure
Créer des pages/articles
Insérer des médias

Bien communiquer avec son public
Définir ses objectifs
Choisir ses cibles
Soigner la navigation
Faciliter le contact
Ergonomie, accessibilité

Atelier : créer son site web avec WordPress

SEO - Comprendre l'optimisation d'un site web
Fonctionnement des outils de recherche
Comprendre l'indexation d'un site par un moteur de recherche
Les critères de positionnement
Les actions à réaliser

Optimiser son contenu éditorial
Définir ses mots-clefs
Utiliser les balises d'en-tête
Définir une hiérarchie dans son contenu
Créer un maillage interne

Optimiser la popularité de ses pages
Le système de notation de popularité
Créer une stratégie de backlinks
Identifier des annuaires, forums, blogs...

Optimiser l'indexation de ses pages
Créer un plan de site
Exclure des pages de l'indexation
Améliorer le temps de chargement des pages

Atelier : optimiser son site web pour les moteurs de recherche

SEA - Comprendre la publicité sur le web
Les plateformes publicitaires
Gérer des campagnes publicitaires de recherche
Organiser ses annonces et mots-clefs

Créer des bannières publicitaires
Découvrir les campagnes Display
Paramétrer une campagne
Définir un ciblage et un budget

Atelier : préparer des campagnes de publicité sur Google Ads

SMO - Travailler avec les réseaux sociaux
Utiliser les réseaux sociaux
Vocabulaire, chiffres, avantages/inconvénients
Points communs

Tour d'horizon des principaux réseaux sociaux
Comprendre le fonctionnement de Facebook, Twitter, Instagram...
Créer un profil professionnel
Renseigner son profil professionnel
Bien communiquer avec sa communauté
Les bonnes pratiques à respecter par réseau social

Mettre en avant un contenu sur un réseau social
Varier ses publications
Utiliser les hashtags et les mentions
Générer de l'interaction
Utiliser la publicité

Atelier : créer sa page / son compte sur Facebook, Twitter ou Instagram

E-mails - Création et envoi
Différence e-mailing / newsletter
Utiliser une base de contact opt-in
Définir son outils d'envoi d'e-mails

Créer un bon e-mail
Définir sa cible
Adapter le contenu de son mail
Définir une mise en page et mise en forme
Programmer l'envoi de son email

Atelier : préparer et envoyer un mailing avec un routeur

Crowdfunding
Introduction
Qu'est-ce que le crowdfunding ?
Historique, projets notables, fonctionnement, plateformes existantes
Cagnotte vs Crowdfunding

Bien préparer sa campagne
Quand démarrer sa campagne ?
Se fixer une durée et des objectifs réalistes
Préparer du contenu pour animer sa campagne
Storytelling, raconter une histoire
Contenus animés : contenus rois (teasers, making of, lyrics video, animations...)
Planifier sa campagne (début, durée, fin, points d’étape)
Pour quelles contreparties ?

Lancer sa campagne et bien communiquer
Les cycles de vie d’une campagne de Crowdfunding
Vers qui communiquer et quand ? Avoir le bon timing
Hors ligne vs E-mailing vs Réseaux Sociaux
Animer sa campagne
Les derniers jours
Dépasser ses objectifs

Web Analytics - Introduction
Analyser la performance de sa communication web
Les outils à utiliser : Google Analytics, Google Search Console...
Identifier des rapports d'analyse
Les statistiques à analyser

Conclusion
Synthèse
Questions / Réponses