

## Formation E-marketing : Fondamentaux + Référencement / SEO + Réseaux sociaux + E-mailing

■ <b>Durée :</b>	5 jours (35 heures)
■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>	3 475,00 € HT (standard) 2 780,00 € HT (remisé)
■ <b>Public :</b>	Tous
■ <b>Pré-requis :</b>	Connaissance du web et de son fonctionnement - Connaissances minimales de Facebook et LinkedIn (avoir un compte personnel)
■ <b>Objectifs :</b>	Découvrir les leviers e-marketing - Connaître les techniques d'optimisation SEO - Savoir créer une campagne de recherche SEA - Comprendre les enjeux des réseaux sociaux - Créer sa page Facebook et sa page LinkedIn - Mettre en place des campagnes d'e-mailing
■ <b>Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation synchrone en présentiel et distanciel.</li> <li>• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.</li> <li>• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.</li> <li>• Un formateur expert.</li> </ul>
■ <b>Modalités d'évaluation :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.</li> <li>• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.</li> <li>• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.</li> <li>• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.</li> </ul>
■ <b>Sanction :</b>	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ <b>Référence :</b>	MAR641-F

■ <b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,86 / 5
■ <b>Contacts :</b>	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ <b>Modalités d'accès :</b>	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ <b>Délais d'accès :</b>	Variable selon le type de financement.
■ <b>Accessibilité :</b>	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

## -- Découverte des notions du e-marketing --

### Comprendre les enjeux du e-marketing

Qu'est-ce que le e-marketing ?

Comprendre le contexte

Définir ses objectifs

Quelles sont les problématiques rencontrées ?

Comprendre les rôles de chacun : webmaster, traffic manager, ads manager, community manager, etc.

### Bien penser son site web

Définir les objectifs du site

Identifier les internautes à cibler

Connaître les outils pour gérer un site web : les CMS

Réaliser un benchmark technique et ergonomique

Définir une arborescence de ses contenus

### Atelier : Etudier un site et y valider ses objectifs, ses internautes et son arborescence

### Bien communiquer avec ses internautes

Adapter son contenu

Soigner la navigation

Travailler l'ergonomie et l'accessibilité

Mettre en place les outils de réassurance

Utiliser les avis client

Personnaliser le contenu

## **Comprendre comment attirer les gens sur son site**

Définir sa stratégie de visibilité

Optimiser son site pour les moteurs de recherche - Découverte du SEO

Créer des liens sponsorisés - Découverte du SEA

Faire des liens vers son site : annuaires, forums, communiqués, etc.

Passer par de l'affiliation, des marketplaces et comparateurs

Mettre en place des bannières publicitaires

## **Utiliser Google Ads**

Connaître les différents types de campagne

Surveiller la performance d'une campagne Google Ads

Identifier les mots-clefs sur lesquels enchérir

Créer une campagne de recherche

Rédiger une annonce et y associer des mots-clefs

## **Atelier : Créer une campagne Search et la configurer**

## **Fidéliser les visiteurs de son site Web**

Connaître ses visiteurs : cookies, formulaires, etc.

Déployer des moyens de contact : chatbot, téléphone, etc.

Reconnaître la fidélité d'un client en passant par un système de parrainage

Créer des blogs d'informations

Diffuser son contenu par d'autres moyens : réseaux sociaux et newsletter

## **Comprendre ce qu'il se passe sur son site**

Pourquoi mettre en place un outil de webanalytics ?

Connaître les différents outils d'analyse

Identifier ses indicateurs de performance (KPI)

Définir les rapports à créer

## **Atelier : Identifier les principaux rapports sur Google Analytics**

## **Savoir quels outils mettre en place autour de son site**

Passer par un gestionnaire de balise : Google Tag Manager

Configurer un outil de webanalytics

Mettre en place Google Search Console

Les autres éléments à déployer : conversion, remarketing, etc.

Respecter la RGPD sur son site web

## **Gérer un projet e-marketing**

Définir sa stratégie web

Définir la méthode de gestion de projet

Définir les profils à faire intervenir autour de ce projet

Savoir analyser les performances actuelles pour les améliorer

## **Conclusion**

Définir ses priorités

Quelles sont les futures évolutions ?

Questions/Réponses

## **-- SEO Initiation : Travailler sa pertinence et popularité --**

### **Comprendre les enjeux du SEO**

Qu'est-ce que le SEO ?

Comprendre le contexte actuel

Quelles sont les problématiques rencontrées ?

Travailler sur les outils de recherche

### **Comprendre le fonctionnement d'un moteur de recherche**

Connaître les principaux moteurs de recherche

Comprendre le principe d'indexation d'un moteur de recherche

Mieux appréhender Google et son fonctionnement

Connaître les critères de positionnement historiques de Google

Connaître les autres critères de positionnement

Identifier les KPI à analyser pour le SEO

### **Définir sa liste de mots-clefs**

Comprendre les différents types de mots-clefs : informationnel, commercial et transactionnel

Définir les mots clefs associés au secteur d'activité

Identifier les requêtes de recherche d'un internaute

Retenir des mots-clefs principaux et secondaires

Définir un plan regroupant les mots-clefs retenus  
Savoir quels outils utiliser : Google Trends, Ubersuggest, etc.

## **Atelier : Trouver les bons mots-clefs pour son site web**

### **Optimiser le contenu d'une page**

Valider l'URL de la page  
Optimiser les balises meta : title et description  
Définir une arborescence au sein de sa page  
Réussir à créer un contexte avec son contenu

### **Optimiser l'indexation de son contenu**

Réfléchir à son maillage interne  
Créer une page plan de site  
Intégrer des plans de site au format XML  
Bloquer l'accès à certaines pages avec le robots.txt

### **Générer de la popularité sur ses pages**

Définir sa stratégie de netlinking : créer des backlinks  
Trouver des annuaires pertinents  
Surveiller des forums  
Travailler avec les communiqués web  
Identifier tout site pouvant faire un lien vers le nôtre

### **Découvrir Google Search Console**

Comprendre l'intérêt de l'outil  
Ajouter son site à Google Search Console  
Analyser ses performances SEO  
Analyser les liens internes et externes

### **Conclusion**

Définir les priorités d'optimisation  
Rester informé sur les futures évolutions  
Questions/Réponses

**-- Réseaux sociaux Initiation : Découverte des principaux réseaux sociaux --**

## **Comprendre les enjeux des réseaux sociaux**

- Bien travailler avec les réseaux sociaux
- Cibler les bons réseaux sociaux
- Se familiariser avec le vocabulaire
- Comprendre le rôle d'un community manager

## **Découvrir l'intérêt des principaux réseaux sociaux**

- Comprendre le fonctionnement de Facebook
- Utiliser les réseaux pour diffuser des liens tels que Twitter et Pinterest
- Humaniser sa marque grâce à Instagram, Snapchat ou TikTok
- Obtenir des contacts pro via LinkedIn
- Connaître les autres réseaux sociaux plus spécifiques

## **Définir sa stratégie sociale**

- Savoir quoi publier et sur quel réseau social
- Définir la fréquence de publication
- Faire intervenir sa communauté dans sa communication
- Respecter les bonnes pratiques
- Optimiser ses pages web pour les réseaux sociaux

## **Créer sa présence sur Facebook**

- Comprendre l'organisation de Facebook
- Créer et paramétrer une page entreprise
- Bien renseigner sa page
- Définir les onglets à afficher

## **Atelier : Créer et configurer sa page Facebook**

## **Communiquer sur Facebook**

- Quelles sont les thématiques à aborder ?
- Créer et programmer une publication
- Varié sa communication : événements, vidéos, produits, etc.
- Partager les publications des autres
- Communiquer au sein des groupes
- Les ponts à établir entre le site web et la page Facebook
- Analyser la performance de sa page Facebook

## **Atelier : Créer différentes publications sur Facebook**

### **Travailler avec LinkedIn**

Optimiser son profil individuel  
Comprendre l'importance de certains champs dans son profil  
Pourquoi passer en premium sur LinkedIn ?  
Créer et paramétrer une page entreprise  
Créer des publications sur sa page entreprise

### **Conclusion**

Définir ses priorités  
Suivre les évolutions des réseaux sociaux  
Questions/Réponses

## **-- E-mailing : Programmer des e-mails marketing --**

### **Comprendre les enjeux de l'email marketing**

Comprendre le contexte  
Reconnaitre les différents types d'e-mail marketing ?  
Définir les objectifs  
Se familiariser avec le vocabulaire

### **Respecter les règles**

Quelles sont les questions à se poser ?  
Utiliser des bases de contact Opt-In  
Respecter la RGPD  
Choisir une bonne plateforme de routage  
Les outils de test à utiliser

### **Utiliser un outil de gestion d'email marketing**

Importer sa base de contact  
Synchroniser les abonnés via son site web  
Configurer son compte  
Créer des segments de sa base de contact

## **Atelier : Créer et configurer un compte sur une plateforme de routage**

## **Créer une campagne d'email**

Paramétrer une nouvelle campagne d'email

Définir l'objet, le nom d'expéditeur, etc.

Définir la mise en page de l'email

Insérer ses contenus (textes, images, liens, etc.)

Saisir les destinataires

Programmer et envoyer

## **Atelier : Créer, configurer et programmer une campagne d'email**

### **Optimiser les performances de ses envois**

Quelles sont les statistiques à analyser ?

Obtenir de bonnes adresses mails

Avoir un bon taux d'ouverture

Optimiser le taux de clic dans l'email

Suivre les conversion obtenues

## **Atelier : Consulter les statistiques d'une campagne d'email**

### **Les bonnes pratiques à respecter**

Utiliser des modèles d'emails

Intégrer des liens de tracking

Varié ses contenus : vidéos, réseaux sociaux, etc.

Personnaliser et adapter le contenu au destinataire

Utiliser les emails pour un trigger marketing

## **Conclusion**

Etablir sa stratégie email

Questions/Réponses