

Format

20Heures en présentiel
20Heures en FTAD
Passage du TOSA

Public

Tout utilisateur souhaitant se familiariser avec le concept des réseaux sociaux. Salarié(e) souhaitant mobiliser son Compte Personnel de Formation (CPF)

Objectifs

Cette formation a pour objectif de vous présenter le concept de réseau social et de vous familiariser avec les principaux outils utilisés dans la sphère privée et professionnelle : Facebook, Twitter, LinkedIn et Viadeo. Elle s'adresse à toute personne, professionnel (libéral, salarié, manager, directeur de petite ou de grande entreprise) ou particulier, désirant comprendre ce phénomène incontournable et l'utiliser à bon escient. Cette formation vous permettra de connaître les enjeux et les techniques du web marketing. Maîtriser les principales fonctionnalités de GoogleAdWords
-Concevoir des campagnes GoogleAdWords
Optimiser et analyser les campagnes.
Préparer au passage du test TOSA.

Pré-requis

Avoir une bonne connaissance de l'interface Windows ou Macintosh. Avoir une bonne culture du monde Internet.

Supports pédagogiques associés

Mise à disposition de supports de formation, de documents et outils de travail.

Modalités d'adaptation pédagogique :

Dans la plupart des cas, mes formations répondent à un besoin des entreprises. De ce fait, les formations peuvent être adaptées en fonction du besoin de

PARCOURS PERSONNALISE

A étaler sur 6 mois maximum

Positionnement et parcours individuel

20 heures de cours individuels au domicile + la certification TOSA « Code 237359 »

Assistance par mail avec le formateur

20 heures Accès à la plateforme, 24h/24, 7 j/7. Pendant 1 an

Thématiques spécifiques suivant les besoins du stagiaire

LE PROGRAMME

Présence sur Google : Les liens sponsorisés

Créer une campagne de liens sponsorisés avec Google adwords
Comprendre et maîtres réseaux de Display et de Recherche
Les enchères et le CPC
Optimiser sa campagne

Présence sur Google : Le référencement naturel

Pourquoi et quand optimiser son référencement naturel
Les principales techniques de référencement naturel

Créer un news letter performante

Définitions de l'option et d'option partenaire
Techniques de collectes d'adresse e-mails ?
Achat et location de fichiers : prestataires et coûts
Réaliser une News Letter performante

Réaliser une campagne d'e-publicité

Les différents formats du display
Fonctionnement des régies publicitaires

Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo et les médias sociaux

Les principaux médias sociaux en France
Créer une campagne de Facebook Ads
Le community management
Mettre en place une stratégie de présence sur les médias sociaux

Réaliser une campagne de buzz marketing

Les étapes de la création d'une campagne de Buzz Marketing
Les types de Buzz Marketing (du marketing viral au Streets marketing)
Réussir une campagne de Buzz Marketing

Introduction à Google AdWords

Avant de vous plonger dans les méandres de Google AdWords, découvrez comment fonctionne Google AdWords et comprenez quels sont les avantages et les inconvénients de la première plateforme publicitaire mondiale sur Internet.
Présentation de Google AdWords
Pourquoi utiliser Google AdWords ?
Les idées reçues et les inconvénients de Google AdWords
Les différents types d'annonces
Les différents lieux d'affichage
Exemples à ne pas suivre

Faire ses premiers pas avec Google Apps

Découvrir Google Apps for Work
Comprendre les grands principes des outils dans le cloud
Créer et configurer son compte Google Apps
Utiliser Google Apps en mobilité avec un terminal Android
Utiliser Google Apps en mobilité avec un terminal iOS (iPhone et iPad).

Gmail

Découvrir Gmail
Paramétrer Gmail
Configurer la boîte de réception
Créer une signature
Comprendre l'organisation par conversation
Ecrire, répondre et transférer un message
Organiser les messages
Rechercher un message
Utiliser les filtres
Communiquer avec la messagerie instantanée
Utiliser Gmail hors connexion.

Contacts

Découvrir l'application Contacts
Créer et gérer des contacts
Créer et gérer un groupe de contacts
la gestion de ses contacts
Importer et exporter des contacts

l'entreprise.

Tout en suivant la ligne directrice des cours et des différents ateliers, une adaptation est possible, adaptation qui peut être l'étude d'un cas pratique soumis par l'entreprise.

Personnalisation :

Le profil des personnes formées peut avoir une incidence sur le déroulement de la formation.

Les formations sont donc adaptées en fonction de ces différents profils.

Un chef de projet peut avoir besoin de maîtriser globalement le logiciel afin de manager correctement ses équipes (il pourra donc être dispensé de certains ateliers, en conséquence, la formation sera orientée sur des besoins qui lui sont propres).

Un utilisateur régulier du logiciel devra acquérir en profondeur toutes les spécificités du logiciel afin de le maîtriser aux mieux (et ce par exemple, pour répondre aux exigences du Chef de Projet) Le questionnaire d'évaluation fourni avant la formation permet de répondre à cette personnalisation.

Moyens d'encadrement

Formateur Bac + 4
5 années d'expérience minimum

Evaluation

Evaluation finale par cas pratique durant 30 minutes

Sanction visée

- Feuille d'émargement
- Attestation de fin de formation
- Délivrance d'un support de formation

Qualité du formateur

Formateur avec une expérience minimum de 5 ans dans son domaine

Utiliser le web analytique pour optimiser vos campagnes marketing

Comment Google Analytics permet d'améliorer vos campagnes marketing et la performance de votre site web.

LES RESEAUX SOCIAUX

Comprendre l'utilité des réseaux
Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux Optimiser ses actions sur les réseaux

Trouver le bon moment pour communiquer
Le « community management »
Optimiser les publications avec **HootSuite**

Les réseaux hors Facebook.

Utiliser Twitter, LinkedIn et Viadeo Publier sur Instagram et Pinterest

Facebook

Le fonctionnement de Facebook
L'évolution de son algorithme
Différences entre une page et un groupe
Créer et personnaliser une page fan Facebook
Premiers pas dans la création d'une page fan
L'administration d'une page fan
La publication de photos et de statuts
Les statistiques d'une page
Programmer un statut sur Facebook
L'importance des images et des photos
L'importance de la langue et de l'orthographe
Création d'onglets sur Facebook

Les onglets sur Facebook
Les solutions logicielles gratuites pour les onglets
Faire de la publicité sur Facebook
Animer sa page Facebook avec des concours
Acquérir des fans et promouvoir sa page

Agenda

Découvrir l'Agenda
Paramétrer l'Agenda
Créer, modifier et déplacer un événement
Gérer les notifications

Part

Google Hangouts

Découvrir Google Hangouts
Paramétrer Google Hangouts
Communiquer avec Google Hangouts

Google Drive

Découvrir Google Drive
Paramétrer Google Drive
Installer Google Drive sur ses terminaux
Créer des documents Google (docs, sheets, slides, formulaires) et les organiser Impo
fichiers
Partager les dossiers et les fichiers
Ajouter des applications tierces

Google Docs

Découvrir Google Docs
Créer et modifier un document
Mettre en forme un document
Utiliser les fonctionnalités avancées de mise en forme.
Créer et mettre en forme des tableaux
Tirer parti des outils proposés par Google Docs
Gérer les révisions d'un document partagé
Installer des modules complémentaires

Google Sheets

Découvrir Google Sheets
Créer une feuille de calcul
Saisir des formules de calcul
Filtrer les données et créer une liste déroulante
Créer et gérer un tableau croisé dynamique Créer un graphique
Protéger certains contenus

Google Slides

Découvrir Google Slides
Créer et modifier une présentation
Créer et gérer les diapositives
Insérer et gérer les objets
Créer des animations et des transitions.

Code : 237359