

### Format

20Heures en présentiel  
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 l'entreprise.

## PARCOURS PERSONNALISE

A étaler sur 6 mois maximum

Positionnement et parcours individuel

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

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**