

Parcours Webmarketing

Utiliser les outils numériques et collaboratifs pour manager sa communauté

SUR-MESURE

INTER ENTREPRISE

Objectif de formation

Augmenter sa visibilité sur le Web et animer sa communauté avec une stratégie de contenus efficace (web et réseaux sociaux). Utiliser le potentiel collaboratif de la suite G Workspace pour animer et développer sa communauté et son activité.

Programme

La communication digitale aujourd'hui : Chiffres clés et usages, Les réseaux sociaux, La E-réputation, Le référencement naturel et payant

Audit de sa communication digitale : Référencement et Image sur le web : tests sur Google et E-reputation Quelle est votre cible ? Test sur Facebook Insight, création d'un Persona Marketing Quels sont vos objectifs et quels sont les KPI à choisir (outils d'analyse en ligne) Quel est votre plan de communication actuel et celui de demain selon vos moyens (temps, budget, équipe) ?

Stratégie de contenu et calendrier éditorial Serez-vous un bon Community Manager ? Contenu éditorial : de quoi parler sur quel réseau ? (Réalisation d'un mindmapping et recherche de thématiques), Calendrier éditorial : Quand et à quelle fréquence publier (Test de planification de contenus sur un mois à venir)

Référencement naturel : L'importance du texte et de la mise en forme pour le référencement, optimisation des URL, apprentissage des balises, méta-titres, Hn, attributs images

Optimisation des fonctionnalités des réseaux sociaux : Creator Studio et Suite Business Facebook : programmer du contenu sur Facebook et Instagram. Publicité sur Facebook et Instagram : Réaliser une publication boostée. Canva : Créer des images et vidéo comme un pro !

Google Adwords : Principes de fonctionnement des campagnes de liens commerciaux, Facteurs de qualité et de succès des liens sponsorisés, Préparation des campagnes, Sélection des mots-clés, Optimisation des annonces, Maîtrise des types de ciblage, Utilisation des extensions d'annonces, Suivi avec Google Analytics, Evaluation du retour sur investissement (ROI), Etapes de lancement d'une campagne

Google Analytics : Structuration d'un compte (comptes, paramètres, propriétés et vues), Rapports et Tableaux de bord, Notions clés et indicateurs de performance (KPI), Analyse des visiteurs Caractérisation et fidélité Environnement des utilisateurs Données géographiques Analyse des sources Les différents canaux (referral, organic, direct, réseaux) Requêtes et référencement Filtres et exclusion de sites référents, Suivi du flux de comportement, Pages d'entrée et de sortie

Les outils collaboratifs de la suite Google Workspace

Environnements de travail des applis Google : Google Drive, Google One, Google Workspace, Google Workspace vs Microsoft 365, Création d'un compte Workspace classique, Création d'un compte Workspace « Essentials Starter », interconnexion des applis, ajout d'applis compatibles

Les outils de communication de Google : Utiliser la messagerie de Gmail et ses fonctionnalités avancées, gérer ses contacts et ses groupes de contacts avec Google Contacts organiser des conférences en ligne avec Chat et Meet dans Gmail, partager son agenda et les évènements avec Google Agenda, gérer les prises de notes avec Google Keep

La suite bureautique de Google : créer, classer, stocker et partager des documents dans Google Drive, créer des tableurs en ligne avec Google Sheets, utiliser l'application Google Docs pour le traitement de texte en ligne, créer des diaporamas avec Google Slides, créer et diffuser des enquêtes et des formulaires en ligne grâce à Google Form

Pour aller + loin : télécharger des modules complémentaires, comment travailler hors connexion ? publier un document sur le web

Infos pratiques

Type de formation

Formation continue

Public cible

Toute personne souhaitant animer et développer sa communauté et son activité par son site web, les réseaux sociaux et les outils Google.

Durée

7 Jours dont 49 Heures en centre

Tarif(s) net de taxe

2160 € par stagiaire

Adresse

Morlaix - CCI Formation
Aéroport,
CS 27934,

29679 Morlaix

<https://cci-formation-bretagne.fr/finistere>



Les points forts de la formation

- 3 formateurs différents qui interviennent chacun sur leur spécialité. Formation discontinue qui permet au participant de mettre en pratique et d'échanger sur la durée avec les formateurs. Accès en continu aux ressources pédagogiques via la plateforme Numeralis de la CCIMBO.

Les conditions d'admission

Prérequis

être actif sur le web et les réseaux sociaux à titre professionnel.

Le parcours de formation

Objectifs pédagogiques

Définir une stratégie éditoriale et comprendre les concepts du référencement naturel. Connaître, interpréter et tirer parti des statistiques de Google Analytics. Développer son activité grâce au référencement payant et à Google Ads. Utiliser le potentiel collaboratif de la suite G Workspace.

En savoir plus Certification professionnelle - diplôme

Date et mise à jour des informations : 29/01/2024

Extrait de la description de la formation. Consultez l'intégralité des informations relatives à cette formation sur notre site internet www.cci-formation-bretagne.fr

Les sessions



Morlaix

- Nous contacter

Contacts



LE BRUN Nathalie

formation.morlaix@bretagne-ouest.cci.bzh

CCI Formation Morlaix - N° SIRET 13002293200094 - N° d'activité 53290897729

Aéroport, CS 27934, - 29679 Morlaix

Tél. : 02.98.62.39.39 - formation.morlaix@bretagne-ouest.cci.bzh - <https://cci-formation-bretagne.fr/finistere>

