

ENVOGUE FORMATION

Programme : L'E-commerce – Marketer



26 heures



1 à 8 personnes



PREREQUIS

Il est nécessaire d'avoir de l'expérience professionnelle sur un poste et/ou dans les métiers du marketing.

Maîtrise des fondamentaux du graphisme, de l'usage des outils informatiques et de l'environnement du web.



PUBLIC CONCERNES

Cette formation s'adresse à tout public.



DELAIS D'ACCES : Dates à convenir ensemble, formation disponible toute l'année en présentiel ou distanciel.



MODALITES D'ACCES :

L'accès à nos formations peut-être initié, soit par l'employeur, soit à l'initiative du salarié avec l'accord de ce dernier, soit à l'initiative propre du salarié.



CONTACT :

Du lundi au vendredi de 9h à 18h.

Tel : 09 83 23 17 65

contact@envogueformation.com



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Notre objectif est de vous rendre immédiatement opérationnel, pour booster votre carrière. Les stagiaires seront capables de :

- Appliquer les fondamentaux du référencement naturel et augmenter le nombre de visites de façon significative dans les premières positions des différents moteurs de recherche
- Utiliser les techniques de la rédaction pour le web en prenant en compte la problématique du référencement naturel en optimisant son contenu
- Recruter des contacts sur les réseaux sociaux
- Elaborer une communication efficace autour de son E-Marketing



MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

Un intervenant qualifié accompagne les participants pendant toute la durée de la formation. Nous mettons à disposition des ordinateurs, salle de réunion, une imprimante, des supports de cours et un accompagnement informatique :

- Présentation et étude de cas
- Exercices et applications sur des cas concrets
- Participation active
- La pédagogie est adaptée aux adultes



MODALITES DE LA CERTIFICATION

Une mise en situation professionnelle et un entretien technique avec interrogation du jury sur les compétences identifiées comme cœur de métier. Certificat RS5129 - Organisme certificateur FILEA INSTITUT



MODALITES D'EVALUATION

- Exercices
- Feuille de présence
- Évaluation des acquis du stagiaire par mises en situation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de formation



REFERENCES REGLEMENTAIRE

Articles L.6353-1 du Code du Travail

Les C.G.V sont consultable sur notre site internet



ACCESSIBILITE

Les personnes en situation d'handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.



CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Les fondamentaux du Community Manager

❖ **Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux**

- L'histoire des réseaux sociaux
- Les tendances 2021- partie 1 / les chiffres clés
- Les tendances 2021- partie 2 / les chiffres clés
- Pourquoi miser sur les réseaux sociaux

❖ **Module 1.2 : Le Community Manager**

- Qui est le Community Manager
- Les qualités du Community manager
- Les bonnes pratiques - 1 : choisir le bon format
- Les bonnes pratiques - 2 : création de contenu
- Les bonnes pratiques - 3 : penser mobile first
- Les bonnes pratiques - 4 : socials ads
- Les bonnes pratiques - 5 : engagement
- La veille quotidienne

❖ **Module 1.3 : La communauté du Community manager**

- Comprendre et entretenir sa communauté
- Construire et développer sa communauté

Module 2 : La base des réseaux sociaux

❖ **Module 2.1 : Facebook**

- La présentation de Facebook
- La différence entre un profil, une page et un groupe
- La création d'une page Facebook
- Définir les objectifs de sa page
- Quelques conseils pour animer votre page Facebook
- L'algorithme Facebook
- La sponsorisation Facebook

❖ **Module 2.2 : Instagram**

- Les bases d'Instagram – Partie 1
- Les bases d'Instagram – Partie 2

❖ **Module 2.3 : LinkedIn**

- LinkedIn

❖ **Module 2.4 : YouTube**

- Les bases de YouTube – Partie 1
- Les bases de YouTube – Partie 2

❖ **Module 2.5 : Twitter**

- Les bases de Twitter

❖ **Module 2.6 : TikTok**

- Les bases de TikTok

❖ **Module 2.7 : Pinterest**

- Pinterest : Comment mettre en place une stratégie
- Pinterest : Anatomie
- Pinterest : Marketing – Partie 1
- Pinterest : Marketing – Partie 2
- Pinterest : 7 étapes

❖ **Module 2.8 : Snapchat**

- Les bases de Snapchat

Module 3 : Cerner les enjeux comportementaux des internautes pour construire votre projet social media

- Les indicateurs clés de performance à analyser
- La e-réputation
- La veille concurrentielle et la veille sociale médias

❖ **Module 3.1 : Le projet social media**

- Le projet social média
- Chef de projet
- Planification
- Le Cycle de vie du projet - Exploration
- Le Cycle de vie du projet – Préparation
- Le Cycle de vie du projet - Mise en œuvre
- Le Cycle de vie du projet - Finalisation
- Le reporting
- Exemples de projets social média
- Création de contenus et budgets
- Diffusion du contenu

Module 4 : Mettre en place une stratégie Social Média

- Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle
- Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise
- Le Brand content et le modèle POEM - Partie 1
- Le Brand content et le modèle POEM - Partie 2
- Les outils d'organisation
- Les outils de veille - partie 1
- Les outils de veille - partie 2
- Les outils de création - partie 1
- Les outils de création - partie 2

- Les outils de création - partie 3
- Les outils de planification

Module 5 : Pinterest Ads

❖ **Module 5.1 : Premier pas sur Pinterest**

- Introduction du module
- L'histoire de Pinterest
- Les tendances Pinterest
- Le fil d'actualité
- Les fonctionnalités Pinterest
- L'algorithme Pinterest - Partie 1
- L'algorithme Pinterest - Partie 2
- L'algorithme Pinterest - Partie 3
- L'algorithme Pinterest - Partie 4

❖ **Module 5.2 : le moteur de recherche Pinterest**

- La recherche par mot-clé
- La recherche visuelle

❖ **Module 5.3: Pinterest, pour quel type d'entreprise ?**

- Blogueur
- Commerce de détail local ou service local

❖ **Module 5.4 : La création de contenu sur Pinterest**

- Comment créer une adresse Gmail ?
- Comment créer un bloc test ?
- Comment créer une identité de marque sur Canva ?
- Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 1
- Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 2
- Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 3

❖ **Module 5.5 : La sponsorship sur Pinterest**

- Créer une annonce
- Utiliser les outils Pinterest pour suivre les performances
- Analyser les performances - Partie 1
- Analyser les performances - Partie 2
- Analyser les performances - Partie 3

Module 6 : TikTok Ads

❖ **Module 6.1 : Origine de l'application TikTok**

- Introduction
- L'histoire de TikTok
- Comment fonctionne TikTok ? - Partie 1
- Comment fonctionne TikTok ? - Partie 2

❖ **Module 6.2 : TikTok Business Manager**

- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 1
- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 2
- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 3
- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 4
- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 5
- Étude de cas

❖ **Module 6.3: Comment créer un TikTok Ads**

- Annonces - Partie 1
- Annonces - Partie 2
- Mesures - Partie 1
- Mesures - Partie 2

❖ **Module 6.4 : Quels contenus créer sur TikTok Ads ?**

- Créer une vidéo TikTok sur Canva ?
- Comment créer un TikTok Ads ?
- Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 1
- Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 2

Module 7 : SnapChat Ads

❖ **Module 7.1 : Snap, comment ça fonctionne ?**

- Introduction du module
- L'histoire de Snapchat – Partie 1
- L'histoire de Snapchat – Partie 2
- Le logo de Snapchat
- Les chiffres clés
- Bien démarrer Snapchat – Partie 1
- Bien démarrer Snapchat – Partie 2
- Les fonctionnalités
- Snapchat, pour quel type d'entreprise ?

❖ **Module 7.2 : Snapchat Business Manager**

- Bien démarrer avec Snapchat For business
- Les SnapChat Ads

❖ **Module 7.3 : Comment créer une annonce sur SnapChat**

- Pourquoi utiliser la publicité SnapChat
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 1
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 2
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 3
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 4
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 5
- Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 6

❖ **Module 7.4 : Comment élargir son influence sur SnapChat**

- Comment élargir son influence sur Snapchat ?

- Quelle stratégie de communication ? – Partie 1
- Quelle stratégie de communication ? – Partie 2
- Comment mesurer votre influence sur Snapchat ?

Module 8 : Le référencement

❖ **Module 8.1 : Le référencement, comment ça fonctionne ? (PDF)**

- Introduction du module
- L'utilisation du marketing viral
- Le référencement gratuit (SEO)
- Le référencement payant (SEA)
- L'utilisation de Google Adwords
- L'utilisation des campagnes e-mailing et newsletters
- L'utilisation d'autres leviers de référencement (réseaux & médias sociaux, blogs/forums, influenceurs, ...)
- Utiliser les statistiques de Google Analytics

❖ **Module 8.2 : Le site internet (PDF)**

- Introduction du module
- Initiation aux réseaux (Internet, Intranet)
- Notion de webdesign
- Techniques et notion de développement de sites internet
- L'optimisation du site pour le référencement naturel
- Les actions de référencement et de positionnement