

Offres de formations 2017

2/01/2017

Formations :

- Administration de sites web
 - Administration de sites e-commerce
 - Contenus éditoriaux
 - SEO / Acquisition traffic
 - Réseaux sociaux
-

AUTEUR

Nicolas PRENOT

nicolas.prenot@agencemayflower.com

Sébastien URIOS

Sebastien.urios@agencemayflower.com

Administration du site internet Wordpress

Objectif pédagogique : être capable d'administrer le site web et de gérer les différents contenus.

Public : directeur marketing, directeur de communication, chargée de communication, webmasters. Entre 4 et 6 participants.	Durée : 1 jour (7 heures)
Pré-requis : savoir utiliser les éditeurs de texte type Word. Maîtriser la navigation sur Internet.	Coût : 900 € / jour / stagiaire

Programme :

Préambule

- Comprendre le fonctionnement d'un CMS
- Connexion/Déconnexion à l'interface d'administration

Gestion des contenus

- Présentation des types de contenus : page, article, media
- Accéder à la page de modification d'un contenu
- Modifier la page d'accueil
- Modifier les blocs des barres latérales du site Internet
- Créer et modifier de nouveaux contenus en utilisant les différents gabarits :
Page intérieure / Article d'actualité / Page de présentation / Page Contact / Etc.

Gestion des formulaires

- Créer un formulaire
- Utiliser les différents types de champs proposés
- Paramétrer l'email de réception des résultats du formulaire
- Paramétrer le formulaire
- Récupérer les informations récoltées

Gestion des menus

- Créer un menu
- Modifier le lien d'un menu
- Créer un lien
- Lier une page à un lien du menu
- Masquer un lien de menu
- Les menus à modifier

Mettre en forme du contenu dans l'éditeur WYSIWYG

- Insérer du texte
- Insérer du texte et une image
- Utiliser les niveaux de titres
- Utiliser les styles personnalisés de l'éditeur
- Créer un tableau
- Effacer la mise en forme
- Insérer une image dans l'éditeur de texte
- Insérer du texte et une vidéo YouTube, Dailymotion, Vimeo
- Insérer du texte et un plan Google Map
- Créer des liens internes
- Créer des liens externes

Administration du site internet Drupal

Objectif pédagogique : être capable d'administrer le site web et de gérer les différents contenus.

Public : directeur marketing, directeur de communication, chargée de communication, webmasters. Entre 4 et 6 participants.	Durée : 1 jour (7 heures)
Pré-requis : savoir utiliser les éditeurs de texte type Word. Maîtriser la navigation sur Internet.	Coût : 900 € / jour / stagiaire

Programme :

Préambule

- Comprendre le fonctionnement d'un CMS
- Connexion/Déconnexion à l'interface d'administration

Gestion des contenus

- Présentation des types de contenus : page, article, media
- Accéder à la page de modification d'un contenu
- Modifier la page d'accueil
- Modifier les blocs des barres latérales du site Internet
- Créer et modifier de nouveaux contenus en utilisant les différents gabarits :
Page intérieure / Article d'actualité / Page de présentation / Page Contact / Etc.

Gestion des formulaires

- Créer un formulaire
- Utiliser les différents types de champs proposés
- Paramétrer l'email de réception des résultats du formulaire
- Paramétrer le formulaire
- Récupérer les informations récoltées

Gestion des menus

- Créer un menu
- Modifier le lien d'un menu
- Créer un lien
- Lier une page à un lien du menu
- Masquer un lien de menu
- Les menus à modifier

Mettre en forme du contenu dans l'éditeur WYSIWYG

- Insérer du texte
- Insérer du texte et une image
- Utiliser les niveaux de titres
- Utiliser les styles personnalisés de l'éditeur
- Créer un tableau
- Effacer la mise en forme
- Insérer une image dans l'éditeur de texte
- Insérer du texte et une vidéo YouTube, Dailymotion, Vimeo
- Insérer du texte et un plan Google Map
- Créer des liens internes
- Créer des liens externes

Rédiger pour le web

Objectif pédagogique : être capable de rédiger pour le web en optimisant les contenus pour le référencement naturel.

Public : directeur marketing, directeur de communication, chargée de communication, webmasters. Entre 4 et 6 participants.	Durée : 1 jour (7 heures)
Pré-requis : savoir utiliser les éditeurs de texte type Word. Maîtriser la navigation sur Internet.	Coût : 900 € / jour / stagiaire

Programme :

Préambule

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Importance des contenus éditoriaux pour le référencement naturel

Elaborer une stratégie éditoriale web

- Analyser les besoins et les attentes de utilisateurs : cible, objectifs, messages
- Choisir et hiérarchiser ses mots clés
- Élaborer une ligne éditoriale
- Structurer l'information et organiser les contenus

Optimiser son site pour le référencement

- Agencer l'écriture autour des mot clés : rédiger un titre pertinent,
- Modifier les titres Hn des pages
- Mettre en place des balises métas, ré-écriture l'URL, ancres de textes
- Intégrer des liens hypertextes pour plus d'interactivité

Exploiter les spécificités du Web

- Maîtriser les règles de l'écriture web
- Comprendre les comportements de lecture des internautes
- Intégrer les spécificités de la lecture à l'écran
- Penser un nouvel espace visuel : sites et pages déroulantes
- Texte et hypertexte : passer de l'écriture linéaire à l'écriture interactive

Rédiger efficacement pour le web

- Rappel des règles de base de l'écriture journalistique
- Le plan des textes, la construction des phrases
- Choisir le vocabulaire, utiliser la ponctuation
- Le découpage du texte par unité d'information
- La création de niveaux de lecture
- Rédiger un article

Accroître sa notoriété en développant une stratégie Web Marketing

Objectif pédagogique : être capable de comprendre les comportements de nouveaux consommateurs, d'appréhender les mécanismes permettant d'augmenter sa visibilité en ligne, de connaître les différents leviers de visibilité et d'acquisition, apprendre à définir les bons indicateurs (KPI) pour piloter sa stratégie webmarketing et maîtriser les outils de publication, de suivi de son référencement et de son e-reputation.

Public : directeur marketing, directeur de communication, chargée de communication, webmasters. Entre 4 et 6 participants.	Durée : 3 jours (21 heures)
Pré-requis : savoir utiliser les éditeurs de texte type Word. Maîtriser la navigation sur Internet.	Coût : 900 € / jour / stagiaire

Programme :

- Première journée de formation :
 - Nouveaux consommateurs, nouveaux comportements
 - Usages des différents canaux et parcours d'achat
 - Analyser son marché, faire un benchmark concurrentiel
 - Définir ses clients cibles : méthode des personas
 - Evaluer le potentiel du marché : étude lexicale
 - Les influenceurs : profil et attentes
 - Cartographier les influenceurs sur son marché
- Deuxième journée de formation :
 - Définir une stratégie webmarketing globale
 - L'inbound marketing : être visible tout au long du parcours d'achat
 - Créer une stratégie de contenu pertinente et créer son blog
 - Acquérir des prospects et faire murir ses leads (Lead nurturing)
 - Développer des communautés sur les réseaux sociaux et animer des communautés
 - Se constituer un réseau d'influenceurs et les animer
- Troisième journée de formation :
 - Définir les bons indicateurs de performances (KPIs)
 - Mettre en place des tableaux de bords synthétiques
 - Configurer Google Analytics
 - Suivre son e-reputation : mettre en place des alertes, quels outils choisir ?
 - Piloter et ajuster sa stratégie e-marketing

Définir sa stratégie de communication digitale, au service de la valorisation de sa propre marque

Objectif pédagogique : être capable de définir une stratégie de communication digitale en fonction de ses cibles et de son territoire de marque, d'utiliser les réseaux sociaux pour constituer une communauté, de fédérer un réseau d'ambassadeurs, l'animer et de créer des événements online / offline.

Public : directeur marketing, directeur de communication, chargée de communication, webmasters. Entre 4 et 6 participants.	Durée : 1 jours (7 heures)
Pré-requis : savoir utiliser les éditeurs de texte type Word. Maîtriser la navigation sur Internet.	Coût : 900 € / jour / stagiaire

Programme :

- Première journée de formation :
 - Définir ses clients cibles : méthode des personas
 - Clarifier son territoire de marque
 - Les influenceurs : profil et attentes
 - Cartographier les influenceurs sur son marché
 - Penser ses événements pour les exploiter dans sa communication digitale
- Deuxième journée de formation :
 - Choisir les bons canaux, définir des objectifs par canal
 - Les 10 commandements des réseaux sociaux
 - Les réseaux sociaux en pratique
 - Planifier ses publications et recycler ses contenus
 - Intégrer les influenceurs dans son dispositif
 - Rythmer sa communication digitale grâce à des événements réguliers

S'organiser pour produire

Objectif pédagogique : Connaître et savoir utiliser les outils et process permettant d'organiser et de planifier la publication de contenus sur différents canaux, définis par une stratégie éditoriale.

Public : professionnels de la communication amenés à créer et publier du contenus, et animer des dispositifs de communication. Entre 4 et 6 participants.	Durée : 1 jours (7 heures)
Pré-requis : Aucun	Coût : 900 € / jour / stagiaire

Programme :

- Etats des lieux : quelle organisation actuellement ?
 - Qui participe ? Quel est le rôle de chacun ?
 - Quels sont les process de publication aujourd'hui ?
 - Quels outils utilisez-vous ?
 - Sur quelle base créez-vous la matière première ?
- Objectifs de la stratégie : quelles attentes ?
 - Audience sur le site
 - Audience sur les réseaux
 - E-reputation et visibilité de la marque
 - Parcours client : du digital jusqu'à la boutique
 - Anticiper et préparer le e-commerce ?
- Organisation personnelle
 - Organiser sa veille : quels outils (collaboratifs ?)
 - Le *sourcing* : quelles méthodes, quel(s) intervenant(s) ?
 - L'écriture brute : l'organisation des idées
 - L'édition : ne rien laisser au hasard
 - La validation : qui et à quel(s) moment(s) ?
 - L'intégration, les mains dans le cambouis
 - La publication : les outils, le timing, quels leviers
 - Estimer la performance d'une publication : quels KPI, quels timings ?
 - Faire vivre mon contenu
- Organisation de l'équipe
 - De la nécessité de la charte édito
 - Trello, un outil multi-usages
 - Comité édito et responsables d'édition, pierres angulaires de l'organisation
 - Le nécessaire réajustement (actualité, retard éventuel – intérêt du stock)

Réseaux sociaux : débutant

Objectif pédagogique : Découvrir le fonctionnement des principaux réseaux sociaux (facebook, twitter, linkedin, google+) et leur usage dans le monde professionnel.

Public : Personnes souhaitant apprendre en main les réseaux sociaux personnellement et professionnellement. Entre 4 et 6 participants.	Durée : 1 jours (7 heures)
Pré-requis : Être à l'aise avec l'environnement web et informatique	Coût : 900 € / jour / stagiaire

Programme :

- Introduction aux principaux réseaux sociaux
 - Petite histoire des réseaux sociaux
 - Des réseaux sociaux, pour quoi faire ?
 - Qui sont les utilisateurs ?
 - Le web 2.0 : les enjeux du web social
- Prendre en main les réseaux
 - Fonctionnement général des réseaux
 - Gérer la vie privée et la vie professionnelle
- Facebook
 - Pour qui ?
 - Pour quoi ?
 - Comment ?
- Linkedin
 - Pour qui ?
 - Pour quoi ?
 - Comment ?
- Twitter
 - Pour qui ?
 - Pour quoi ?
 - Comment ?
- Google+
 - Pour qui ?
 - Pour quoi ?
 - Comment ?
- Développer ses réseaux
 - Qui ajouter à son réseau ?
 - Comment faire des demandes
 - Faire de la veille sur les réseaux
 - Etre ambassadeur de son entreprise
 - Prendre la parole sur les réseaux
 - Relayer de l'information sur les réseaux
 - Règles d'interactions sur les réseaux
 - Développer son personal branding
- Ateliers
 - Créer des profils sur les réseaux sociaux
 - Enrichir et optimiser votre profil
 - Animer votre profil et prendre la parole

Réseaux sociaux : approfondissement

Objectif pédagogique : Approfondir l'usage des réseaux sociaux dans leur utilisation professionnelle et leur génération de business.

Public : Personnes souhaitant approfondir l'usage des réseaux sociaux et comprendre leur utilité business. Entre 4 et 6 participants.	Durée : 1 jours (7 heures)
Pré-requis : Connaître les bases des réseaux sociaux	Coût : 900 € / jour / stagiaire

Programme :

- Généralités
 - Web 2.0 : social avant tout (introduction)
 - Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Viadeo, Google+ : quels réseaux sociaux pour mon activité ?
 - Réglages et sécurité
 - De l'intérêt d'un profil bien renseigné
- Stratégie et organisation de la diffusion
 - Effectuer une veille efficace
 - Définir les thématiques et les rendez-vous
 - Planifier pour anticiper
 - Publier avec des outils adaptés : Agora Pulse, Sprout, Buffer et autres
 - Community management : répondre à ses contacts et interagir avec eux
 - E-réputation et gestion de crise et bad buzz
- Prospection et réseautage
 - Règles d'interactions sur les réseaux
 - Développer son *personal branding*
 - Promouvoir la page entreprise
 - Les groupes d'influence : découvrir et s'intégrer
 - Publicité et ciblage : l'alternative au display et à Adwords
 - Outils d'analyse : monitorer votre activité et vos performances
- Ateliers
 - Parfaire le profil de sa page
 - Publier et animer plusieurs réseaux
 - Analyser ses performances