



## **FORMATION : Développement visibilité par le biais des outils digitaux**

### **OBJECTIFS :**

- 1. Comprendre les enjeux d'un site vitrine**
- 2. Connaître les bases de modification d'un site vitrine**
- 3. Savoir optimiser le référencement de son site Internet**
- 4. Comprendre les enjeux d'une newsletter**
- 5. Optimiser une base de données**
- 6. Pratiquer les usages business des principaux réseaux sociaux**
- 7. Savoir recruter sa communauté de marque sur les réseaux sociaux**
- 8. Identifier et travailler avec les influenceurs**

<p><b><u>PUBLIC CONCERNÉ :</u></b> Tout public</p> <p><b><u>PRÉ-REQUIS :</u></b> Aucun</p> <p><b><u>DURÉE DE LA FORMATION :</u></b> 56 heures</p> <p><b><u>MODALITÉS D'ORGANISATION :</u></b> Effectif : entre 2 et 10 personnes</p> <p><b><u>Délais d'accès :</u></b> sous 2 mois</p> <p><b><u>FORMATEUR:</u></b> Nos formateurs ont plusieurs années d'expérience en agence web, agence social media et chez l'annonceur.</p> <p><b><u>TARIF PAR PARTICIPANT :</u></b> 2490 € HT</p> <p><b><u>LIEU DE LA FORMATION :</u></b> 12 bis Rue Henri Turner 31100 Toulouse</p> <p><b><u>MOYENS TECHNIQUES :</u></b> Salle, Ordinateurs, Accès Internet</p> <p><b><u>ACCESSIBILITÉ :</u></b> Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez nous sur <a href="mailto:contact@my-sport-agency.fr">contact@my-sport-agency.fr</a></p> <p>Dernière mise à jour du programme de formation : 02/2022</p>	<p><b><u>CONTENU DE LA FORMATION :</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b><u>1. Introduction</u></b> Qu'est-ce qu'un site vitrine? Qu'est-ce qu'un CMS ? Qu'est-ce que le référencement ? Quels sont les différents types de CMS ?</li> <li><b><u>2. Personnalisation site WordPress</u></b> Créer des articles ou des pages Insérer des médias (Image, vidéo, ...) Choisir, installer et modifier un thème Choisir et installer un plugin Cas Pratique 1 : créer un article</li> <li><b><u>3. Optimiser le référencement d'un site Vitrine</u></b> Optimiser le référencement par le biais de plugin Utiliser des mots clés pertinent Accroître le trafic par le biais d'une stratégie de marketing digitale Cas pratique 2 : Optimisation du référencement d'une page web</li> <li><b><u>4. Envoyer une newsletter</u></b> Quels outils pour envoyer une newsletter Comment rédiger une newsletter Comment envoyer la newsletter à une base de données précise</li> <li><b><u>5. Le brief : point de départ d'une stratégie social media</u></b> Clarifier le contexte - Se fixer des objectifs (notoriété, conversion, fidélisation...)</li> <li><b><u>6. Les grandes étapes d'une stratégie social média</u></b> Trouver un concept créatif - Identifier les bons canaux – Mettre en place un calendrier et une ligne éditoriale</li> <li><b><u>7. Les grandes étapes d'une stratégie de relation digitale</u></b> Trouver les bons influenceurs - Échanger avec eux - Créer des mécaniques de campagne adaptées – Mesurer les retours Cas pratique 3 : Analyse de relations digitales existantes</li> </ol> <p><b><u>MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION :</u></b> Exercices et mises en situation : Questionnaire à la fin de l'intervention et mise en situation au cours de la formation</p>
---	---