

L'essentiel du web marketing	Parcours individualisé & durée sur mesure
<p><u>Prérequis</u></p> <p>Maîtrise de l'ordinateur</p> <p>Maîtrise de Windows</p>	<p>Savoir utiliser les outils de collaboration en ligne comme les réseaux sociaux</p> <p>Comprendre les concepts clés relatifs à l'animation d'une communauté</p>

DETAIL DE LA FORMATION	
<p>1 . Introduction au digital Réflexion de groupe sur le digital, comment l'employer au sein de l'entreprise. Rétrospective sur l'évolution de la publicité et projection futuriste avec les techniques modernes et leur évolution à 2050.</p> <p>2 . Les médias sociaux Passage en revue des différents réseaux sociaux en détail Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Linkedin, Pinterest et les blogs Créer un profil Facebook, Twitter.</p> <p>3 . Le job du Community Manager Profil et compétences d'un Community Manager. Comment l'intégrer au sein des services de l'entreprise. Les différentes actions du Community Manager. Les outils du Community Manager.</p> <p>4 . Animer et développer une communauté sur les réseaux sociaux Établir une stratégie cross-média. Rappel des concepts du marketing classique et appropriation par les réseaux sociaux. Quels réseaux sociaux pour votre entreprise ? Définir process, règles éditoriales et axes de discussion. Gérer de multiples canaux simultanément.</p>	<p>5 . Engager sa communauté Créer et adapter son contenu. Les dernières fonctionnalités des réseaux sociaux. Recruter ses ambassadeurs. Les outils pour créer du contenu. Réussir sa communication sur Facebook, Instagram, Snapchat... La publicité sur les réseaux sociaux.</p> <p>6 . Mesurer la performance et son e-réputation Mesurer le trafic sur son site Web : Google Analytics. Les outils propres aux réseaux sociaux. Le référencement naturel (SEO) et payant (Google Adwords). Les outils pour veiller sur son e-réputation.</p> <p>7 . Gérer la e-réputation : les bad Buzz Anticiper et gérer un fail ou un bad buzz. Analyses de cas.</p>