



LS Développement

Créer une stratégie de communication digitale & développer ses ventes via le WEB

Présentiel ou en classe à distance

Durée 5 Jours soit 35 heures

Effectif maximum 4 personnes

Dates à définir

Délais d'accès

Les inscriptions doivent être réalisées 12 jours avant le début de la formation

Lieu de la formation

LS Développement – Site client ou FOAD

Public

Les chargés et responsables communication, les entrepreneurs ayant pour objectif de développer son activité grâce au webmarketing

Pré-requis

Connaissance de base de l'environnement WEB

Objectifs

Définir une stratégie WEB Marketing • Bâtir et optimiser son plan marketing digital • Mettre en œuvre les différents leviers du marketing digital • Optimiser son site WEB avec WordPress. Actualiser. Référencer. Analyser • Communiquer et prospecter sur les réseaux sociaux • Modifier, créer des visuels avec CANVA • Créer ses campagnes e-mailing

Modalité, méthodes et moyens pédagogiques

Modalité : Présentiel ou à distance

Méthode et moyens pédagogiques :

- Démonstrative, active et participative
- Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques, mises en situations professionnelles, exposés, démonstration, exercices, tests...
- Remise d'un support pédagogique

Moyens techniques

Utilisation de Padlet

Salle et vidéo projecteur

En présentiel, les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

En classe à distance, la formation démarre à partir de 9h. Les sessions durent 3h30. Un lien de connexion est adressé 24 Heures à l'avance. Le formateur se connecte ½ avant le début de la formation pour accompagner l'apprenant.

Modalités d'évaluation et sanction

Test de positionnement

Évaluation formative en cours de module

Évaluation des acquis et de la satisfaction à chaud

Évaluation à froid

Attestation de fin de formation

Profil du formateur

Tous nos formateurs ont au minimum 3 ans d'expérience en tant que formateur et expert dans leur domaine de formation.

Points forts de la formation

- Cette formation est individualisée, axée sur la transposition en situation de travail pour plus d'efficacité et directement opérationnelle.
- Formation en petit groupe permettant une réelle personnalisation des exercices en fonction de l'objectif professionnel.

Tarif INTER 450€ HT Jour par apprenant
INTRA Nous consulter

Accessibilité aux personnes handicapées

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

Référent pédagogique

contact@lsdeveloppement.fr - 04 42 51 75 88

Programme

Siret : 814 194 957 00019 NAF : 8559A
90 Impasse Emeri - Pôles d'activités - 13510 EGUILLES
04 42 51 75 88 - lsdeveloppement.fr
contact@lsdeveloppement.fr

Centre de formation
N° de Déclaration d'existence : 93131628113
auprès de la région Provence Alpes Coted'Azur
19/10/2022 – FJ – WEB V2

Définir une stratégie WEB Marketing

Bâtir et optimiser son plan marketing digital

Durée : ½ journée

Objectif :

Analyser objectivement la présence de son entreprise sur le digital.
Identifier les leviers de communication digitaux les plus pertinents selon ses objectifs.
Concevoir une stratégie de communication digitale.
Mettre en place la stratégie digitale selon un rétroplanning défini.
Évaluer les indicateurs de performance (KPI) des campagnes digitales et mesurer leur impact.
Optimiser les campagnes en fonction des KPI.

Structurer sa réflexion stratégique

- **Connaître sa cible, le contexte de développement et ses objectifs**

- **Les leviers de la communication digitale**

Site Internet. Blog. SEO / SEA. Réseaux sociaux. Display. Campagne d'influence. E-mailing

- **Concevoir sa stratégie digitale**

Identifier les leviers webmarketing efficace
Arbitrer le budget sur chacun des leviers
Élaborer un planning stratégique

- **Mesurer l'impact**

Définir les indicateurs de performance pour évaluer l'impact des campagnes
Mesurer la performance des campagnes au moyen d'outils d'analyse
Décrypter les KPI pour optimiser les campagnes.

Optimiser son site web pour booster ses résultats

Durée : 3 Jours

Objectif :

Savoir identifier les forces et les faiblesses d'un site Internet
Savoir identifier les forces et les faiblesses du référencement naturel d'un site
Optimiser son site avec WordPress

Optimiser son site Internet

Auditer ses principaux canaux de transformation
Faciliter l'utilisation de son site Internet
Rassurer ses visiteurs pour les inciter à l'action
Responsive design ou mobile first ?

Atelier : identification des forces et faiblesses d'un site Internet et proposition de pistes d'optimisation.

Utiliser les fonctionnalités de WordPress pour l'actualisation du site internet

Optimiser sa présence sur les moteurs de recherche : le SEO

Les aspects techniques du référencement naturel (SEO)

Bien écrire pour le web : les aspects sémantiques du SEO et le choix des bons mots-clés

Développer sa popularité sur Google

Atelier : réalisation d'un audit SEO

Mesurer pour piloter les performances de son site

Les indicateurs de mesure (KPI)

Atelier : choisir ses indicateurs

Piloter son site internet grâce à la mesure de ses performances par objectif (vente, collecte de contacts, trafic, fréquence de visite, etc)

Mise en place d'un tableau de bord centré sur la détection des pistes d'optimisation d'un site (trafic, rebond et abandon, conversion, data, etc)

CANVA pour créer vos visuels

Durée : ½ journée

Objectif :

Utiliser les fonctionnalités de Canva

Personnaliser les modèles

Utiliser les différents formats

Présentation des fonctionnalités Canva :

Le choix du design : Réseaux sociaux, documents, marketing, événement, annonces publicitaires.

Le choix du modèle

Zone Importation

Le choix des Photos, des éléments, des zones de texte, des styles, des musiques, des vidéos, l'arrière-plan.

Publication et diffusion

Outils de planification

Atelier pratique : création d'un visuel en fonction de votre contexte

Créer un visuel d'emailing,
Créer une vidéo (animations réseaux sociaux ..
Créer une présentation type PPT (slides)
Créer un visuel pour chacun des réseaux sociaux.
Personnaliser vos « couvertures » pour les différents réseaux sociaux.
Créer vos visuels pour vos articles de blogs etc...
Créer une infographie.
Créer un flyer d'invitation
Créer des designs dédiés à l'enseignement et la formation
Créer un document A4 : rapport annuel, catalogue de formation, journal d'entreprise....

Créer ses campagnes emailing

Durée : ½ journée

Objectifs :

Constituer une liste de contacts
Mettre en place une stratégie de ciblage.
Créer sa Template.
Analyser ses campagnes.

Constituer sa base de données emailing

Respecter la loi.
Créer un formulaire d'inscription.
Récouter des informations sur vos contacts.

Les campagnes

Les newsletters.
Les emailings commerciaux.
L'emailing transactionnel.
L'emailing automatisé.

Le contenu du message

S'identifier clairement.
Créer un objet percutant.
Choisir un design efficace.
Personnaliser ses messages.
Choisir le responsive design.
Inciter à l'action.

L'envoi

Paramétrer les envois.
Optimiser les taux d'ouverture.
Utiliser des liens déclencheurs.
Mesurer et analyser les résultats.

Mise en pratique :

Création d'une campagne et analyse des retours

Développer sa communication et sa prospection sur les réseaux sociaux

Durée : ½ journée

Objectif :

Maîtriser les fondamentaux de LinkedIn

Développer son personal branding commercial.

Communiquer et prospecter via LinkedIn

Maîtriser les fondamentaux de LinkedIn

Comprendre comment fonctionne l'interface

Connaître les usages et les fonctionnalités

Organiser et gérer son compte LinkedIn : organiser ses contacts, gérer sa visibilité, ses publications...

Optimiser son profil étape par étape

Créer un profil efficace : l'impact des mots clés, du titre professionnel, des compétences, des coordonnées

Rendre son profil attractif : photo, images de fonds, les éléments multimédias, mise en page

Rédiger un résumé pour se présenter efficacement

Utiliser les "contenus riches" (sites web, vidéos, Slides Share) pour améliorer l'attractivité de son profil

Adopter les bonnes pratiques pour gagner en visibilité

Valoriser ses compétences et faire une demande de recommandation

Développer et animer son réseau professionnel

Prendre contact efficacement et gérer les invitations reçues : les bonnes pratiques

Élargir son réseau et trouver des contacts potentiels : utiliser la recherche avancée

Rejoindre et participer à des groupes

Rester présent à l'esprit de ses contacts : développer "l'attitude réseau"

Pourquoi et comment partager des articles