

Programme de Formation

Marketer l'E-commerce

Objectif : Cette formation permettra d'avoir la capacité d'utiliser les nouvelles technologies de communication par internet (réseaux sociaux et référencement web) et de les intégrer dans la stratégie Marketing globale de l'entreprise.

Prérequis : Avoir eu une expérience professionnelle sur un poste et/ou dans les métiers du marketing. Maîtriser des fondamentaux du graphisme, de l'usage des outils informatiques et de l'environnement du web. Avoir accès à un ordinateur ou une tablette avec une sortie son et à une connexion internet le temps de la formation.

Résultats attendus : Obtention de la certification Marketer l'E-Commerce suite à l'évaluation d'un jury

Code formation France Compétence : 5129

Lien vers la fiche de France compétence : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/5129/>

Durée : 25h

Prix : 1900 €

Référent formation : Mme Mathilde Gallois

Les points forts de la formation : Service de plateforme e-learning accessible en illimité durant 1 an.

Contenu :

Module 1 : Les fondamentaux du Community Manager

Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux

- L'histoire des réseaux sociaux
- Les tendances 2021
- 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 : social ad
- 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
- Quiz module 1

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 sponsorship 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

Quiz module

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
- Quiz module 3

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
- Les outils d'organisation
- Les outils de veille
- Les outils de création
- Les outils de planification

- Quiz module 4

Module 5 : Pinterest Ads

- Introduction du module

Module 5.1 : Premier pas sur Pinterest

- L'histoire de Pinterest
- Les tendances Pinterest
- Le fil d'actualité
- Les fonctionnalités Pinterest
- L'algorithme Pinterest
- Cas pratiques
- Exercice 1
- Correction de l'exercice 1
- Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation

Module 5.2 : le moteur de recherche Pinterest

- La recherche par mot-clé
- La recherche visuelle
- Cas pratiques
- Exercice 2
- Correction de l'exercice 2
- Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation

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

- Blogueur
- Commerce de détail local ou service local
- Cas pratiques
- Exercice 3
- Correction/ Auto-évaluation – Exercice 3

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 ?
- Cas pratiques
- Exercice 4
- Correction de l'exercice 4/ Auto-évaluation

Module 5.5 : La sponsorship sur Pinterest

- Créer une annonce
- Utiliser les outils Pinterest pour suivre les performances
- Analyser les performances

- Cas pratiques
- Exercice 5
- Correction de l'exercice 5
- Comment s'auto-évaluer / Auto-évaluation
- Quizz : Pinterest

Module 6 : TikTok Ads

Module 6.1 : Origine de l'application TikTok

- Introduction
- L'histoire de TikTok
- Comment fonctionne TikTok ?
- Cas pratiques
- Exercice 6
- Correction/Auto-évaluation Exercice 6

Module 6.2 : TikTok Business Manager

- Comment créer un compte professionnel sur TikTok ?
- Étude de cas
- Cas pratiques
- Exercice 7
- Correction/Auto évaluation exercice 7

Module 6.3: Comment créer un TikTok Ads

- Annonces
- Mesures
- Cas pratiques
- Exercice 8
- Correction/Auto évaluation exercice 8

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
- Cas pratiques
- Exercice 9
- Correction/Auto évaluation exercice 9
- Exercice 10
- Correction/Auto évaluation exercice 10
- Quizz : TikTok

Module 7 : SnapChat Ads

Module 7.1 : Snap, comment ça fonctionne ?

- Introduction du module
- L'histoire de Snapchat
- Le logo de Snapchat
- Les chiffres clés

- Bien démarrer Snapchat
- 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

Module 7.4 : Comment élargir son influence sur SnapChat

- Comment élargir son influence sur Snapchat ?
- Quelle stratégie de communication ?
- Comment mesurer votre influence sur Snapchat ?
- Quizz : 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, ...)
- 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
- Test de satisfaction

Modalités pédagogiques : Suivi individualisé par mail, téléphone ou visioconférence.

Modalités d'admission : Test de positionnement au préalable par téléphone ou par mail. Vérification des références (C.V).

Accessibilité : Si vous avez des contraintes particulières liées à une situation de handicap, veuillez nous contacter au préalable afin que nous puissions, dans la mesure du possible, adapter notre action de formation.

Compétences à valider pour l'obtention de la certification ;

- 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
- Élaborer une communication efficace autour de son plan E-marketing

Modalité du passage de la certification : Une mise en situation professionnelle et un entretien technique avec interrogation du jury sur les compétences identifiées comme cœur de métier.