

## 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 :** Karine NOUVEAU

**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 sponsoring 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.

**Modalité d'accès: Démarrage de la formation au plus tard 15 jours après l'inscription**

**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.

**Modalité d'accès: Démarrage de la formation au plus tard 15 jours après l'inscription.**  
**Modalité d'accès: Démarrage de la formation au plus tard 15 jours après l'inscription.**