



Fiche : Création et référencement site web, community management

Public

Toute personne en charge de la communication d'une entreprise

Pré-requis

Maîtriser l'outil informatique et être à l'aise sur un environnement Pc et Mac

Durée

6 jours

Nombre stagiaire (mini / maxi)

De 1 à 12 stagiaires

Objectif

Définir une stratégie éditoriale pour créer du contenu à valeur ajoutée qui permettra de développer et de fidéliser une communauté

Evaluation des prérequis

Entretien téléphonique préalable avec le formateur ou envoi questionnaire préalable

Moyens pédagogiques & technique

Rétroprojecteur, ordinateur avec connexion internet, manuels, exercices, mises en situation.

Evaluation des acquis

QCM ou questions ouvertes

Evaluation de la satisfaction

Questionnaire de satisfaction à chaud au dernier jour de la formation

Présentation

Cette formation aborde la compréhension, la stratégie et la création d'une stratégie de communication digitale basée sur les sites internet, comme canal de vente prioritaire

Programme de la formation

Jour 1 – création de site internet

Découverte de WordPress

- Qu'est-ce qu'un CMS ?
- Les notions clés de WordPress
- Différents types de sites
- Héberger son site WordPress
- L'installation
- L'interface
- Les réglages

Rédaction et mise en page avec WordPress

- Les menus et les options de la page
- Fonctions d'édition – Images - Vidéo
- Google Maps
- Colonnes de texte
- Tabs et accordéons
- Boutons
- Utilisateurs et commentaires
- Modérer les commentaires
- Gérer les utilisateurs

Jour 2 – création de site internet

Améliorer son site avec les thèmes et les extensions

- Qu'est-ce qu'une extension ?
- Chercher et installer une extension
- Les extensions indispensables pour mon blog
- Coming soon
- Pratique
- Les images
- Référencement
- Social
- Spéciaux
- Qu'est-ce qu'un thème ?
- Chercher et installer un thème
- Personnaliser un thème
 - Basculer vers une version PHP récente
 - Identifier et corriger les erreurs potentielles provoquées par le changement
 - Demander et mettre en place un certificat SSL auprès de l'hébergeur
 - Mise à niveau des extensions de WordPress
 - Révision des bases de création et de modification des éléments du CMS

Sanction de la formation

Attestation de fin de stage.

Prix

1125€ HT /journée de formation pour 1 groupe (1 journée = 7h)

Jour 3 – référencement SEO

Définition et principes du SEO

- Différence entre positionnement et référencement
- Pourquoi faire du bon SEO
- Google au cœur du levier référencement
- Les principaux critères pris en compte par Google pour le référencement

Comment bien se faire référencer sur Google

- Les 13 recommandations pour un bon référencement
- Focus 1 - stratégie de mots clés : l'importance des mots clés, comment choisir ses mots clés, les outils pour choisir ses mots clés, organiser ses mots clés
- Focus 2 – optimisation on-site : définition, urls, balises title, balises metas, la structure de titres, le contenu, les images, le linking interne
- Focus 3 – optimisation off-site – définition : la stratégie de netlinking, comment créer des backlinks, les autres pistes
- Monitorer ses résultats : suivi de positionnement, Google analytics, suivi des backlinks
- Les erreurs à ne pas faire

Jour 4 –référencement SEA

Google AdWords : référencement SEA

Définition et principes

- Fonctionnement du programme Google AdWords
- Format et emplacement des annonces publicitaires
- Avantages du programme AdWords
- Les principaux critères de ciblage
- Combien ça coute ?

Comment créer une campagne AdWords

- Paramètres de campagne
- Architecture des campagnes
- Comment structurer vos campagnes
- Comment choisir ses mots clés
- Campagnes sur le réseau de recherche : savoir bien rédiger une annonce, utiliser les extensions d'annonces
- Campagnes sur le réseau display
- Campagnes de retargeting

Optimisation de vos campagnes

- Analyse et mesure de la performance
- Les conversions
- Les segments
- Le calendrier de diffusion
- L'ajustement des enchères par appareil

Jour 5 – Stratégie de social media

1 Définir les bases de sa stratégie Social Media

- Comprendre la logique RoPo (Research Online, Purchase Offline) Comprendre la logique SoLoMo (Social, Local, Mobile)
- Comprendre la logique TOFU, MOFU, BOFU
- Comprendre le parcours de l'acheteur
- Voir les 4 étapes du parcours d'achat
- Voir les 5 étapes de la pyramide de Maslow



- Définir le portrait type de l'acheteur (Buyer's Persona)

Créer son canal de vente Social Media

Définir vos 3 principaux objectifs

- Définir vos thématiques
- Comprendre les éléments à inclure dans la définition de sa stratégie éditoriale
- Trouver des événements populaires, grand public et professionnels
- Choisir le ton et la voix de vos publications
- Comprendre la règle de « 3 »
- Comprendre la règle des « 90-9-1 »
- Choisir les formats de contenus marketing à publier
- Organiser ses sources de contenus
- Choisir le meilleur temps de publication et répétition
- Choisir la longueur optimale de ses publications
- Créer un calendrier de publication
- Créer une technique de viralité (événement, lancement de produits, annonces)

Jour 6 – Stratégie de social media

Faire de la publicité locale ou géolocalisée sur les réseaux sociaux : maîtriser les bases

- Voir les meilleures pratiques pour la publicité sociale
- Comprendre le lexique de la publicité sociale : CPC, CPM, CP, CPA,...
- Faire de la publicité sur Facebook
- Faire de la publicité sur Instagram
- Faire de la publicité sur Pinterest
- Faire de la publicité sur Snpachat
- Faire de la publicité sur Twitter
- Faire de la publicité sur LinkedIn
- Faire de la publicité sur YouTube
- Fidéliser ses clients et en capter de nouveaux : le retargeting sur Facebook

Utiliser les produits Facebook : améliorer sa relation client et sa rentabilité

- Voir les applications de l'écosystème Facebook
- Utiliser les événements Facebook
- Utiliser les groupes Facebook
- Utiliser Facebook Messenger
- Utiliser Facebook Local
- Créer un robot sur Facebook Messenger
- Créer un filtre géolocalisé Facebook (Studio Frame, AR Studio)
- Commander un Facebook Beacon

Evaluation de fin de formation : test global de validation des acquis