

Code de la formation

- WCOMM

Niveau

- Initiation

Pré-requis

- Tout public

Durée

- 3 jours (21 heures)

Lieu

- Dijon

Type de formation

- Inter
- Intra
- Individuelle
- Sur Mesure

COMMUNITY MANAGEMENT MARKETING**OBJECTIFS :**

- Être capable de créer un contenu optimisé pour le référencement naturel
- Être capable de gérer les réseaux sociaux des entreprises
- Comprendre et administrer les régies publicitaires Facebook et LinkedIn

PRE-REQUIS :

- Utilisation régulière d'un ordinateur, clavier et souris
- Savoir utiliser les principales fonctions de Windows (copier/coller, ranger des fichiers, lancer une application)
- Être connecté à Internet

MOYENS PÉDAGOGIQUES :

- Formation adaptée aux besoins professionnels (prise de contact en amont)
- Supports et cas pratiques remis en fin de formation

INTERVENANT :

- Formatrice, experte Google, Community Manager auprès de grands comptes et de PME

PROGRAMME DE LA FORMATION**Référencement naturel et création de contenu - Comprendre la logique de Google**

- Présentation de Google
- Le référencement naturel, à quoi ça sert ?
- Comprendre et analyser les algorithmes
- Suivre ses mises à jours régulières

Créer un contenu de qualité

- La gestion de la sémantique
- L'utilisation du champ lexical de l'expression clés
- Les riches médias pour un contenu plus clair
- Eviter le duplicate content à tout prix

Ouverture sur Google Analytics

- Ouverture sur Google Analytics pour analyser sa stratégie web

Formation aux réseaux sociaux - Présentation de l'état de l'art

- Présentation des principaux réseaux sociaux et de ses cibles
- A chaque réseau, sa façon de communiquer

Focus sur Facebook et Instagram

- Créer une charte éditoriale de qualité
- Planifier ses publications pour un résultat pertinent
- Favoriser le calltoaction
- Apprendre à répondre aux commentaires (ouverture sur la e-reputation)

LinkedIn : Le réseau des professionnels

- Présentation du réseaux
- L'importance de la page professionnelle

Fonctionnement des régies publicitaire sur internet

- Présentation d'une régie publicitaire
- Explication sur le système de ciblage
- Quelles régies pour quelles attentes ?

Facebook : La régie la plus précise du web

- Focus sur le système de ciblage de Facebook
- Quel budget pour cibler efficacement sur Facebook ?
- Créer un plan de communication global

LinkedIn : La règle publicitaire orientée professionnels

- LinkedIn depuis son rachat par microsoft
- Les trois axes de la régie publicitaire LinkedIn
- Un ciblage professionnel orienté sur le CV de la cible Focus sur le système de ciblage de Facebook