

MARKETER L'E-COMMERCE

Formation mixte

Capacité d'accueil : cours particuliers

25 heures

Tarifs 3750 euros (*non assujetti à TVA*)

Formation certifiante

CPF #RS5129

Accessible aux personnes en situation de handicap

Cette formation vous permettra 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

PRESENTATION DU PARCOURS DE FORMATION

Cette formation axée sur les nouvelles technologies de la communication par internet (réseaux sociaux et référencement web), alternera des cours particuliers en visio conférence.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Définir les tactiques opérationnelles sur les médias sociaux.
- Définir un plan de contenus sur les médias sociaux.
- Maîtriser les astuces de publication.
- Connaître les outils indispensables pour une campagne.
- Développer sa culture digitale.

PROFIL DES STAGIAIRES

Pour qui :

La formation s'adresse aux personnes en poste en entreprise, aux personnes en reconversion professionnelle, demandeur d'emploi souhaitant évoluer dans ou vers le métier d'E-Marketeur.

Pré-requis :

Expérience professionnelle sur un poste et/ou dans les métiers du marketing.

Maîtrise des fondamentaux du graphisme de l'usage des outils informatiques et de l'environnement web

MODALITES ET DELAIS D'ACCES

Modalités de positionnement :

Entretien obligatoire avec un conseiller formation (étude du profil et du projet du participant)

Auto positionnement et évaluation adaptative et interactive de positionnement

Évaluation des connaissances à l'entrée en formation

Dates d'entrée en formation : Les dates d'entrée en formation sont ouvertes tout au long de l'année

Durée : 25 heures

Tarif : 3750 euros

Accessibilité :

Validation de l'inscription après entretien avec notre service pédagogique. Entrée en formation

sous 14 jours ouvrés minimum (conformément aux Conditions Générales d'Utilisation de Mon Compte Formation)

METHODES PEDAGOGIQUES

Cours particuliers en visioconférence avec Skype, zoom, team.

Connexion sur un espace privé dédié à chaque stagiaire.

Supports vidéo Cours théoriques téléchargeables et imprimables.

Exercices pratiques avec correction téléchargeables et imprimables QCM de validation

Assistance téléphonique

Questions par mail au formateur.

RESSOURCES PEDAGOGIQUES

- Accès à un espace apprenant EXTRANET comprenant des exercices asynchrones, des supports.
- Accès à notre plateforme E-LEARNING
- Etude de cas concrets
- Envois d'exercices par mail

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Les fondamentaux du Community Manager

o Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux

- o L'histoire des réseaux sociaux
- o Les tendances 2021- partie 1 / les chiffres clés
- o Les tendances 2021- partie 2 / les chiffres clés
- o Pourquoi miser sur les réseaux sociaux
- o Module 1.2 : Le Community Manager
- o Qui est le Community Manager
- o Les qualités du Community manager
- o Les bonnes pratiques - 1 : choisir le bon format
- o Les bonnes pratiques - 2 : création de contenu
- o Les bonnes pratiques - 3 : penser mobile first
- o Les bonnes pratiques - 4 : socials ads
- o Les bonnes pratiques - 5 : engagement
- o La veille quotidienne

o Module 1.3 : La communauté du Community manager

- o Comprendre et entretenir sa communauté
- o Construire et développer sa communauté
- o Quiz module 1

Module 2 : La base des réseaux sociaux

o Module 2.1 : Facebook

- o La présentation de Facebook
- o La différence entre un profil, une page et un groupe
- o La création d'une page Facebook
- o Définir les objectifs de sa page
- o Quelques conseils pour animer votre page Facebook
- o L'algorithme Facebook
- o La sponsoring Facebook

o Module 2.2 : Instagram

- o Les bases d'Instagram – Partie 1
- o Les bases d'Instagram – Partie 2

o Module 2.3 : LinkedIn

- o LinkedIn

o Module 2.4 : YouTube

- o Les bases de YouTube – Partie 1
- o Les bases de YouTube – Partie 2

o Module 2.5 : Twitter

- o Les bases de Twitter

o Module 2.6 : TikTok

- o Les bases de TikTok

o Module 2.7 : Pinterest

o Pinterest : Comment mettre en place une stratégie

o Pinterest : Anatomie

Pinterest : Marketing – Partie 1

Pinterest : Marketing – Partie 2

Pinterest : 7 étapes

• Module 2.8 : Snapchat

o Les bases de Snapchat

• Quiz module 2

Module 3 : Cerner les enjeux comportementaux des internautes pour construire votre projet social media

o Les indicateurs clés de performance à analyser

o La e-réputation

o La veille concurrentielle et la veille sociale médias

o Module 3.1 : Le projet social media

o Le projet social média

o Chef de projet

o Planification

o Le Cycle de vie du projet - Exploration

o Le Cycle de vie du projet – Préparation

o Le Cycle de vie du projet - Mise en œuvre

o Le Cycle de vie du projet - Finalisation

o Le reporting

o Exemples de projets social média

o Création de contenus et budgets

o Diffusion du contenu

o Quiz module 3

Module 4 : Mettre en place une stratégie Social Média

o Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle

o Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise

o Le Brand content et le modèle POEM - Partie 1

o Le Brand content et le modèle POEM - Partie 2

o Les outils d'organisation

o Les outils de veille - partie 1

o Les outils de veille - partie 2

o Les outils de création - partie 1

o Les outils de création - partie 2

o Les outils de création - partie 3

o Les outils de planification

• Quiz module 4

Module 5 : Pinterest Ads

o Introduction du module

o Module 5.1 : Premier pas sur Pinterest

o L'histoire de Pinterest

o Les tendances Pinterest

o Le fil d'actualité

o Les fonctionnalités Pinterest

o L'algorithme Pinterest - Partie 1

o L'algorithme Pinterest - Partie 2

o L'algorithme Pinterest - Partie 3

o L'algorithme Pinterest - Partie 4

Cas pratiques

- o Exercice 1
- o Correction de l'exercice 1
- o Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation
- o Module 5.2 : le moteur de recherche Pinterest
- o La recherche par mot-clé
- o La recherche visuelle

Cas pratiques

- o Exercice 2
- o Correction de l'exercice 2
- o Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation
- o Module 5.3: Pinterest, pour quel type d'entreprise ?
- o Blogueur
- o Commerce de détail local ou service local

Cas pratiques

- o Exercice 3
- o Correction/ Auto-évaluation – Exercice 3
- o Comment créer une adresse Gmail ?
- o Comment créer un bloc test ?
- o Comment créer une identité de marque sur Canva ?
- o Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 1
- o Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 2
- o Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 3

Cas pratiques

- o Exercice 4
- o Correction de l'exercice 4/ Auto-évaluation – Partie 1
- o Correction de l'exercice 4/ Auto-évaluation – Partie 2
- o Module 5.5 : La sponsorisation sur Pinterest
- o Créer une annonce
- o Utiliser les outils Pinterest pour suivre les performances
- o Analyser les performances - Partie 1
- o Analyser les performances - Partie 2
- o Analyser les performances - Partie 3

Cas pratiques

- o Exercice 5
- o Correction de l'exercice 5
- o Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation
- o Quizz : Pinterest

Module 6 : TikTok Ads

- o Module 6.1 : Origine de l'application TikTok
- o Introduction
- o L'histoire de TikTok
- o Comment fonctionne TikTok ? - Partie 1
- o Comment fonctionne TikTok ? - Partie 2

Cas pratiques

- o Exercice 6
- o Correction/Auto-évaluation Exercice 6
- o Module 6.2 : TikTok Business Manager
- o Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 1
- o Comment créer un compte professionnel

sur TikTok ? - Partie 2

o Comment créer un compte professionnel

sur TikTok ? - Partie 3

o Comment créer un compte professionnel

sur TikTok ? - Partie 4

o Comment créer un compte professionnel

sur TikTok ? - Partie 5

o Étude de cas

Cas pratiques

o Exercice 7

o Correction/Auto évaluation exercice 7 – Partie 1

o Correction/Auto évaluation exercice 7 – Partie 2

o Module 6.3: Comment créer un TikTok Ads

o Annonces - Partie 1

o Annonces - Partie 2

o Mesures - Partie 1

o Mesures - Partie 2

Cas pratiques

o Exercice 8

o Correction/Auto évaluation exercice 8 – Partie 1

o Correction/Auto évaluation exercice 8 – Partie 2

o Module 6.4 : Quels contenus créer sur TikTok Ads ?

o Créer une vidéo TikTok sur Canva ?

o Comment créer un TikTok Ads ?

o Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 1

o Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 2

o Cas pratiques

1. Exercice 9

2. Correction/Auto évaluation exercice 9 – Partie 1

3. Correction/Auto évaluation exercice 9 – Partie 2

4. Exercice 10

5. Correction/Auto évaluation exercice 10

o Quizz : TikTok

Module 7 : SnapChat Ads

o Module 7.1 : Snap, comment ça fonctionne ?

o Introduction du module

o L'histoire de Snapchat – Partie 1

o L'histoire de Snapchat – Partie 2

o Le logo de Snapchat

o Les chiffres clés

o Bien démarrer Snapchat – Partie 1

o Bien démarrer Snapchat – Partie 2

o Les fonctionnalités

o Snapchat, pour quel type d'entreprise ?

o Module 7.2 : SnapChat Business Manager

o Bien démarrer avec Snapchat For business

o Les SnapChat Ads

o Module 7.3 : Comment créer une annonce sur SnapChat

o Pourquoi utiliser la publicité SnapChat

o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 1

o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 2

- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 3
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 4
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 5
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 6
- o Module 7.4 : Comment élargir son influence sur SnapChat
- o Comment élargir son influence sur Snapchat ?
- o Quelle stratégie de communication ? – Partie 1
- o Quelle stratégie de communication ? – Partie 2
- o Comment mesurer votre influence sur Snapchat ?
- o Quizz : SnapChat

Module 8 : Le référencement

- o Module 8.1 : Le référencement, comment ça fonctionne ? (PDF)
- o Introduction du module
- o L'utilisation du marketing viral
- o Le référencement gratuit (SEO)
- o Le référencement payant (SEA)
- o L'utilisation de Google Adwords
- o L'utilisation des campagnes e-mailing et newsletters
- o L'utilisation d'autres leviers de référencement (réseaux & médias sociaux, blogs/forums, influenceurs, ...)
- o Utiliser les statistiques de Google Analytics
- o Module 8.2 : Le site internet (PDF)
- o Introduction du module
- o Initiation aux réseaux (Internet, Intranet)
- o Notion de webdesign
- o Techniques et notion de développement de sites internet
- o L'optimisation du site pour le référencement naturel
- o Les actions de référencement et de positionnement
- o Test de satisfaction

SUIVI DE L'EXECUTION DU PARCOURS DE FORMATION

- Evaluation préformative par le service pédagogique.
- Auto évaluation
- Analyse du besoin avec le formateur
- Évaluation d'entrée
- Test de positionnement
- Évaluation pendant la formation : Analyse des acquis en cours de formation .
- Auto évaluation de fin de formation
- Feuilles de présence.
- Passage et résultats de la certification

MODALITES DE CERTIFICATION : CPFFP Marketer l'e-commerce - RS5129 de Filèa Institut

L Objectifs et contexte de la certification :

La Certification atteste que son bénéficiaire est en 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

Compétences attestées :

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

Modalités d'évaluation :

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

Possibilité de validation partielle ou blocs de compétences

Non

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations

Non

Durée de validité : Permanent

Lien internet vers le descriptif de la certification :

Fiche signalétique sur le site du CP FFP <http://cpffp.org/certificat/810> en avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations

Non

Durée de validité : Permanent

Lien internet vers le descriptif de la certification :

Fiche signalétique sur le site du CP FFP <http://cpffp.org/certificat/810>

ACCESSIBILITE POUR LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

CONNECT LEARNING s'assure que la formation proposée puisse être accessible aux personnes en situation de handicap. Notre référent handicap vous accompagnera dans votre projet de formation afin d'anticiper ensemble les aménagements éventuels à mettre en œuvre pour favoriser la réussite de votre parcours. Vous trouverez également sur notre site internet et dans votre espace apprenant le livret "politique du handicap" vous donnant toute les informations utiles afin de réaliser votre formation dans les meilleures conditions.

Votre contact : Thierry DAHAN

Courriel : handicap@connect-learning.com

Téléphone : 01.77.38.18.15