

Devenir Communication Web / Web Marketing

Durée : 4 jours (28 heures)

L'essentiel pour assurer la mission de community manager

Comment votre marque existe-t-elle sur les réseaux sociaux ? Qu'en disent les internautes, les communautés en ligne ? Est-il possible de les influencer pour valoriser votre image, doper votre prospection commerciale ? Ou plus simplement d'être présent sur les réseaux, voire dans certains cas, répondre à la rumeur... Cette formation vous permettra de mieux cerner le rôle de community manager et de mettre en place vos premières actions avec efficacité.

Pour qui

- ✓ Responsable de communication.
- ✓ Responsable marketing.
- ✓ Directeur.

Prérequis : Maîtriser l'informatique et avoir une bonne pratique de l'Internet.

Niveau : Fondamentaux

Les objectifs de la formation

- Réussir ses premiers pas dans la fonction de community manager.
- Utiliser les leviers d'influence sur Internet.
- Animer une communauté en ligne.
- Analyser et optimiser le référencement d'un site internet

Le programme de la formation

Animer et développer une communauté sur les réseaux sociaux

- Définir process, règles éditoriales et axes de discussion.
- Comprendre les différentes étapes de construction d'une communauté.
- Établir une stratégie cross-média.
- Définir les critères de performances (KPI).
- Connaître et utiliser des outils de community management.

Etre présent sur Facebook, Twitter

- Comprendre les clés du succès des réseaux sociaux.
- Créer et animer une page et son flux
- Acquérir des amis, followers...
- Faire connaître sa page grâce aux campagnes publicitaires.
- Suivre les évolutions et les nouvelles fonctionnalités.

Saisir des nouvelles opportunités sur d'autres réseaux sociaux

- Picture marketing sur Pinterest et Instagram.

- Réseaux sociaux professionnels : LinkedIn, Viadeo, Slideshare.

Analyser et suivre le référencement d'un site internet

- Quels outils d'analyse choisir et comment les interpréter
- Suivre le positionnement sur une liste de mots clés
- Les critères de pertinence du référencement naturel
- Utiliser au mieux les outils Analytics et Search Console de Google

Optimiser le référencement

- Techniques naturelles SEO
- Techniques payantes (Adwords, Adsense)

1 Lancer une newsletter électronique

- Analyse et typologie des newsletters.
- Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter.
- Choisir et mettre en place une ligne éditoriale.
- Repérer les solutions techniques et choisir sa solution la plus adaptée :
 - le publipostage bureautique ;
 - les logiciels dédiés ;
 - les prestataires.
- Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LCEN).

Concevoir et réaliser votre newsletter

- Choisir les messages clés à communiquer.
- Structurer le contenu de la lettre.
- Concevoir la maquette.
- Définir la charte graphique.
- Bien utiliser la couleur

Rédiger les textes

- S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite.
- Apprendre à écrire court.
- Créer des niveaux de lecture.
- Mettre en valeur le texte.
- Veiller à l'ergonomie de la lettre.

Enrichir la newsletter

- Ajouter des liens hypertexte.
- Illustrer la newsletter avec des photos.
- Intégrer les contraintes d'affichage des images.
- Veiller à la mise en page.

Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture

- Définir des champs d'en-tête pertinents :
 - expéditeur
 - objet.
- Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam).
- Mesurer l'efficacité : taux d'ouverture et taux de clic.