



CATALOGUE DES FORMATIONS

TABLE DES MATIÈRES

Table des matières	2
Rédiger sur le web et optimiser le référencement	3
Trouver l'information pertinente sur Internet	5
Mettre en place un dispositif de veille sur Internet	7
Publier et mettre à jour votre site Wordpress	9
Prospecter avec LinkedIn.....	11
Construire et développer votre présence sur Facebook	14
Construire et développer votre présence sur YouTube et Google Business Profile	17
Concevoir et animer un webinaire	19

RÉDIGER SUR LE WEB ET OPTIMISER LE RÉFÉRENCEMENT

Objectifs de formation

- Savoir définir une stratégie éditoriale pour un public visé.
- Comprendre et répondre aux attentes de sa cible.
- Connaître les spécificités de lecture et d'écriture sur le web.
- Exploiter l'écriture hypertexte.
- Expérimenter différentes techniques de rédaction.

Objectifs opérationnels

- Produire des textes de qualité et optimisés pour le référencement sur les moteurs de recherche.

Programme

Créer une ligne éditoriale

- Définition des objectifs et des cibles.
- Délimitation du périmètre thématique. Les techniques pour trouver des idées de sujets.
- Identification des sources d'informations internes ou externes.
- Les différents types de publication (blog, actualités, agenda, newsletter, FAQ, dossiers...).
- Méthode de création de la ligne éditoriale d'une publication.
- Le calendrier éditorial : méthode et outils.

Rédiger avec aisance

- Les types de plans.
- Les principales techniques rédactionnelles :
 - La règle des 5W + 2H, la pyramide inversée, les lois de proximité.
 - La préparation du champ lexical.
 - Les procédés d'écriture pour rédiger des textes courts et concis.
 - Le travail de réécriture.
- Les différentes méthodes de relecture.

Fabriquer des contenus attractifs et lisibles

- Les comportements de lecture sur le web.
- La création des accroches.
- L'aspect visuel d'un texte (typographie, mise en page, illustrations...).
- Du bon usage des liens hypertextes.

Optimiser un texte pour le référencement

- Les principes du référencement naturel (SEO).
- Les outils pour trouver les bons mots-clés.
- L'insertion des mots-clés dans les zones de la page HTML.
- Le nommage des URL.
- Découverte d'un outil de contrôle de pertinence d'un texte pour le référencement.

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Application des méthodes de rédaction par la réalisation d'exercices pratiques.
- Exercice à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint.
- Matrice de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un PC ou d'un Mac avec une connexion à Internet.

Modalités d'accès à la formation

Public concerné

- Toute personne amenée à rédiger des articles pour un site web, un blog ou sur les réseaux sociaux.

Pré-requis

- Maîtriser le français pour les personnes non francophones (test d'évaluation).

Dates, tarifs et personnalisation

- Personnalisation possible des formations selon vos besoins
- Dates : à convenir
- Tarifs : sur devis

Durée

- 1 jour (7 heures) ou 2 demi-journées de 3h30

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous consulter pour toute demande spécifique

TROUVER L'INFORMATION PERTINENTE SUR INTERNET

Objectifs pédagogiques

- Analyser son besoin d'information
- Savoir définir une stratégie de recherche.
- Savoir exploiter les moteurs de recherche.
- Savoir mener une recherche de façon méthodique.

Objectifs opérationnels

- Mener des recherches d'information efficaces et pertinentes sur des sujets professionnels

Programme

Les outils de recherche

- Typologie et intérêt des outils de recherche
 - Moteurs et métamoteurs,
 - Répertoires et annuaires
 - Portails d'information
 - Bases de données
 - Outils du web 2.0
 - Web invisible.
- Fonctionnalités avancées des moteurs de recherche et formulation de requêtes.

Les stratégies de recherche

- Comment définir son objectif de recherche et choisir une méthode adaptée.
- La recherche de sources d'informations
- La recherche ponctuelle d'informations
- Les règles pour bien conduire ses recherches.
- Les alternatives aux moteurs de recherche.
- Comment évaluer la fiabilité et la fraîcheur des informations.

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques et méthodologiques.
- Présentation / Démonstrations d'outils et de services accessibles sur Internet.
- Travaux pratiques sur postes informatiques avec connexion Internet.
- Remise de supports pédagogiques aux stagiaires.

Supports de formation

- Document Powerpoint.
- Matrice de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Guide pratique de la recherche sur internet.

- Les stagiaires doivent être équipés d'un PC ou d'un Mac avec une connexion à Internet.

Modalités d'accès à la formation

Public concerné

- Toute personne amenée à effectuer des recherches avancées sur internet.

Pré-requis

- Maîtriser le français pour les personnes non francophones (test d'évaluation).

Dates, tarifs et personnalisation

- Personnalisation possible des formations selon vos besoins
- Dates : à convenir
- Tarifs : sur devis

Durée

- 1 jour (7 heures) ou 2 demi-journées de 3h30

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous consulter pour toute demande spécifique

METTRE EN PLACE UN DISPOSITIF DE VEILLE SUR INTERNET

Objectifs pédagogiques

- Savoir établir un plan de veille avec méthode.
- Connaître les différentes techniques de veille automatisée.
- Savoir bien choisir les outils de veille et les paramétrer.
- Savoir collecter les données et appliquer des méthodes de classement adaptées.
- Connaître et choisir les bons outils pour créer une base de connaissances.
- Savoir comment diffuser utilement les résultats de sa veille en privé ou en public.

Objectifs opérationnels

- Mettre en œuvre une plateforme de veille et l'utiliser régulièrement

Programme

Etablir un plan de veille

- Comment fixer des objectifs réalistes et définir le périmètre de sa veille : type de veille, type d'informations.
- Comment bien choisir les sources à veiller.
- Comment établir sa feuille de route.

Automatiser sa veille

- Typologie des outils de veille : agrégateurs de flux RSS, agents de surveillance et d'alerte...
- Comment choisir les outils et les mettre en œuvre.
- Comment suivre sa veille au quotidien.

Collecter l'information

- Typologie des outils de collecte et de classement de l'information.
- Critères de choix des outils.
- Classement des données collectées.
- Le traitement de l'information.
- Techniques de lecture active.
- Elaboration de bases de connaissances.

Diffuser et partager les résultats de veille

- Création d'un produit de veille.
- Outils et supports pour mutualiser, partager ou publier.

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques et méthodologiques.
- Présentation / Démonstrations d'outils et de services accessibles sur Internet.
- Travaux pratiques sur postes informatiques avec connexion Internet.
- Remise de supports pédagogiques aux stagiaires.

Supports de formation

- Document Powerpoint.
- Matrice de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Guide pratique de la recherche sur internet.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un PC ou d'un Mac avec une connexion à Internet.

Modalités d'accès à la formation

Public concerné

- Toute personne amenée à effectuer une veille d'informations sur Internet.

Pré-requis

- Maîtriser le français pour les personnes non francophones (test d'évaluation).

Dates, tarifs et personnalisation

- Personnalisation possible des formations selon vos besoins
- Dates : à convenir
- Tarifs : sur devis

Durée

- 1 jour (7 heures) ou 2 demi-journées de 3h30

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous consulter pour toute demande spécifique

PUBLIER ET METTRE À JOUR VOTRE SITE WORDPRESS

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'environnement WordPress
- Découvrir le fonctionnement des « templates » pour faciliter la présentation des données d'un site Web Wordpress
- Intégrer des contenus multimédia : textes, liens, documents, images, audio et vidéos
- Mettre à jour le contenu de son site Wordpress (pages et articles)
- Intégrer des extensions supplémentaires (galerie, formulaire de contact...)
- Optimiser un site Wordpress pour en faciliter le référencement
- Comprendre l'analyse statistique, la sécurité et l'amélioration des performances du site Web

Objectifs opérationnels

- Gérer et maintenir à jour de façon sécurisée le site web Wordpress

Programme

Découvrir l'environnement WordPress

- Présentation de l'environnement WordPress
- Configuration de base de Wordpress en Français
- Séparation des données de leur présentation grâce aux « templates » Wordpress

Gérer pages, articles et contenu multimédia

- Créer et modifier des pages et articles dans Wordpress
- Intégrer des contenus multimédia : textes, images, audio, documents, fichiers PDF
- Configurer les éléments multimédia (textes, images, vidéos) pour en faciliter le référencement
- Créer des diaporamas et intégrer des images dans les diaporamas
- Travaux pratiques : création/modification de pages et articles

Architecture de site Wordpress et fonctionnalités

- Réaliser l'architecture d'un site et mettre en place un menu de navigation
- Mettre en service des extensions sur un site Wordpress
- Découvrir des extensions : galerie, formulaire de contact...
- Utiliser des extensions utiles à la gestion de contenu et au référencement
- Sensibiliser aux problèmes de sécurité

Optimiser un site Wordpress pour le référencement

- Comprendre le fonctionnement du référencement sur moteurs de recherche
- Apprendre les bonnes pratiques à respecter pour faciliter le référencement
- Comment utiliser Yoast SEO pour faciliter le référencement Statistiques
- Interpréter les statistiques et améliorer les performances d'un site Wordpress

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques sur le fonctionnement d'un site web
- Mise en œuvre des apports théoriques par la réalisation d'exercices pratiques.

- Exercices à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint au format PDF
- Modèle de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un ordinateur personnel avec une connexion à Internet.

Modalités d'accès à la formation

Public concerné

- Toute personne amenée à mettre à jour un site web ou blog sur Wordpress

Pré-requis

- Maîtriser le français pour les personnes non francophones (test d'évaluation).

Dates, tarifs et personnalisation

- Personnalisation possible des formations selon vos besoins
- Dates : à convenir
- Tarifs : sur devis

Durée

- 1 jour (7 heures) ou 2 demi-journées de 3h30

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous consulter pour toute demande spécifique

PROSPECTER AVEC LINKEDIN

Objectifs pédagogiques

- Découvrir le réseau social LinkedIn
- Définir ses objectifs sur LinkedIn
- Créer et/ou modifier son profil professionnel, sa page Entreprise et un groupe
- Intégrer du contenu multimédia sur son profil et sa page
- Communiquer sur LinkedIn : publier du contenu multimédia et utiliser la messagerie interne
- Apprendre à faire croître son réseau professionnel
- Prospecter avec les outils de LinkedIn
- Intégrer LinkedIn dans sa stratégie de Marketing digital
- Découvrir des outils complémentaires : statistiques, application mobile, publicité

Objectifs opérationnels

- Diffuser régulièrement de l'information pertinente sur LinkedIn
- Étendre son réseau de contacts

Programme

Découvrir LinkedIn et son fonctionnement

- Profils professionnels
- Pages Entreprises
- Groupes
- Messagerie, y compris inMail
- Nouvelles et articles
- Les engagements : j'aime et autres engagements, commentaire, partage
- Recherche sur LinkedIn pour faciliter sa prospection

Bien identifier ses cibles et ses objectifs marketing sur LinkedIn

- Avec qui veut-on communiquer
- Quoi communiquer et sous quelle forme : nouvelles, images, vidéos, documents...
- Comment diffuser ses informations : articles, messagerie, via son profil pro, via la page Entreprise, via les groupes...

Créer un profil professionnel et l'optimiser suivant ses objectifs

- Désactiver les notifications
- Résumé
- Expérience
- Compétences
- Formation
- Compétences
- Recommandations
- Obtention d'une URL personnalisée
- Mots-clés

Créer une page Entreprise et l'optimiser

- Prérequis pour créer
- Description des produits et services
- Rôles des administrateurs
- Vitrines
- Publications de contenus multimédia
- Hashtags # à intégrer

Trouver des groupes pertinents et en créer

- Qu'est-ce qu'un groupe LinkedIn
- Comment fonctionnent-ils
- Comment les trouver et les intégrer
- Créer son groupe
- Rôles des administrateurs
- Publier : quoi ? comment ?

Prospecter avec LinkedIn

- Étendre votre réseau
- Déterminer vos critères de recherches
- Effectuer des recherches dans LinkedIn
- Enregistrer ses recherches
- Écrire un message de mise en relation attractif
- Les différentes possibilités d'abonnements Premium sur LinkedIn

Intégrer LinkedIn dans sa stratégie de Marketing digital

- Avec son site Web
- Avec son emailing
- Avec Twitter
- Avec les autres réseaux sociaux
- Avec les mobiles
- Avec les documents papier

Découvrir les outils complémentaires de LinkedIn

- Analyser les statistiques
- Utiliser l'application mobile de LinkedIn
- Découvrir la publicité sur LinkedIn : les différents types d'annonces et leurs usages

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques sur le fonctionnement du réseau social LinkedIn
- Mise en œuvre des apports théoriques par la réalisation d'exercices pratiques.
- Exercices à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint au format PDF
- Modèle de documents pour l'application des méthodes exposées.

- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un ordinateur personnel avec une connexion à Internet.

Modalités d'accès à la formation

Public concerné

- Toute personne amenée à utiliser LinkedIn pour développer la notoriété et la prospection pour son entreprise

Pré-requis

- Maîtriser le français pour les personnes non francophones (test d'évaluation).

Dates, tarifs et personnalisation

- Personnalisation possible des formations selon vos besoins
- Dates : à convenir
- Tarifs : sur devis

Durée

- 1 jour (7 heures) ou 2 demi-journées de 3h30

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous consulter pour toute demande spécifique

CONSTRUIRE ET DÉVELOPPER VOTRE PRÉSENCE SUR FACEBOOK

Objectifs pédagogiques

- Découvrir le réseau social Facebook
- Définir ses objectifs sur Facebook
- Créer et/ou modifier son profil, sa page Entreprise et un groupe
- Intégrer du contenu multimédia sur son profil et sa page
- Publier du contenu multimédia
- Utiliser la messagerie interne Messenger
- Apprendre à faire croître sa visibilité sur Facebook
- Intégrer Facebook dans sa stratégie de Marketing digital

Objectifs opérationnels

- Diffuser régulièrement de l'information pertinente sur Facebook
- Étendre son réseau d'abonnés

Programme

Découvrir Facebook et son fonctionnement

- Comptes / profils professionnels
- Pages professionnelles
- Groupes
- Messagerie Messenger et intégration Whatsapp
- Publications : textes, liens, photos, vidéos, vidéos en direct (live)...
- Les engagements : j'aime et autres engagements, commentaire, partage
- Recherche sur Facebook

Bien identifier ses cibles et ses objectifs marketing sur Facebook

- Avec qui veut-on communiquer
- Quoi communiquer et sous quelle forme : textes, liens, documents, images, vidéos, vidéos en direct ...
- Comment diffuser ses informations : articles, messagerie, via son compte, via sa page professionnelle, via les groupes...

Créer un profil professionnel et l'optimiser suivant ses objectifs

- Images de profil et de couverture
- Informations A propos
- Obtention d'une URL personnalisée
- Segmentation privé/professionnel
- Mots-clés

Créer une page professionnelle et l'optimiser

- Prérequis pour créer
- Description des produits et services
- Rôles des administrateurs et sécurité
- Publications de contenus multimédia

Trouver des groupes pertinents et en créer

- Qu'est-ce qu'un groupe Facebook
- Comment fonctionnent-ils
- Comment les trouver et les intégrer
- Créer son groupe
- Rôles des administrateurs
- Publier : quoi ? comment ?

Développer son réseau Facebook

- Trouver de nouvelles relations pour son profil
- Obtenir des « j'aime » pour sa page professionnelle

Communiquer avec ses prospects pour susciter l'intérêt et la promotion du contenu publié

- Comment publier pour susciter l'intérêt et le partage
- Comment fonctionne le nouvel algorithme de diffusion de Facebook
- Comment faire la promotion d'un article publié par la publicité Facebook (Facebook Ads)

Intégrer Facebook dans sa démarche de Marketing digital

- Avec son site Web
- Avec son emailing
- Avec Twitter
- Avec les mobiles
- Avec les documents papier

Découvrir les outils complémentaires de Facebook

- Analyser les statistiques
- Utiliser l'application mobile de Facebook
- Découvrir la publicité sur Facebook : à faire / à ne pas faire

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques sur le fonctionnement du réseau social Facebook
- Mise en œuvre des apports théoriques par la réalisation d'exercices pratiques.
- Exercices à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint au format PDF
- Modèle de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un ordinateur personnel avec une connexion à Internet.

Modalités d'accès à la formation

Public concerné

- Toute personne amenée à utiliser Facebook pour développer la notoriété et la prospection pour son entreprise

Pré-requis

- Maîtriser le français pour les personnes non francophones (test d'évaluation).

Dates, tarifs et personnalisation

- Personnalisation possible des formations selon vos besoins
- Dates : à convenir
- Tarifs : sur devis

Durée

- 1 jour (7 heures) ou 2 demi-journées de 3h30

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous consulter pour toute demande spécifique

CONSTRUIRE ET DÉVELOPPER VOTRE PRÉSENCE SUR YOUTUBE ET GOOGLE BUSINESS PROFILE

Objectifs pédagogiques

- Découvrir les outils sociaux de Google : Google Business Profile et YouTube
- Définir ses objectifs sur ces réseaux
- Créer et/ou modifier ses comptes et chaînes (pour YouTube) et pages établissements (pour Google Business Profile)
- Intégrer du contenu multimédia sur ses pages et chaînes
- Communiquer sur ces réseaux
- Apprendre à faire croître son audience

Objectifs opérationnels

- Utiliser ces réseaux pour faciliter son référencement sur Google
- Intégrer les réseaux de Google dans sa stratégie de Marketing digital
- Diffuser régulièrement de l'information pertinente sur ces réseaux
- Étendre son audience

Programme

Découvrir les réseaux de Google et leur fonctionnement

- Comptes professionnels
- Pages établissements Google Business Profile
- Chaîne YouTube
- Publications
- Engagements : j'aime, commentaire, partage, avis
- Usage des mots-clés pour faciliter le référencement

Bien identifier ses cibles et ses objectifs marketing sur les réseaux de Google

- Avec qui veut-on communiquer
- Quoi communiquer et sous quelle forme : nouvelles, images, vidéos, documents...
- Comment diffuser ses informations : via les pages ou chaînes...

Créer un compte professionnel et l'optimiser suivant ses objectifs

- Images de comptes, pages / chaînes et de couvertures
- Informations A propos
- Obtention d'une URL personnalisée
- Mots-clés

Créer une présence pro pour son entreprise et l'optimiser

- Prérequis pour créer
- Description des produits et services
- Rôles des administrateurs et sécurité
- Publications de contenus

Intégrer les réseaux de Google dans sa stratégie de Marketing digital

- Avec son site Web
- Avec son emailing
- Avec les autres réseaux sociaux
- Avec les mobiles
- Avec les documents papier
- Et faciliter le référencement de ses contenus dans Google et YouTube

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques sur le fonctionnement des réseaux sociaux de Google
- Mise en œuvre des apports théoriques par la réalisation d'exercices pratiques.
- Exercices à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint au format PDF
- Modèle de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un ordinateur personnel avec une connexion à Internet.

Modalités d'accès à la formation

Public concerné

- Toute personne amenée à utiliser Google Business Profile et YouTube pour développer la notoriété et le référencement pour son entreprise

Pré-requis

- Maîtriser le français pour les personnes non francophones (test d'évaluation).

Dates, tarifs et personnalisation

- Personnalisation possible des formations selon vos besoins
- Dates : à convenir
- Tarifs : sur devis

Durée

- 1 jour (7 heures) ou 2 demi-journées de 3h30

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous consulter pour toute demande spécifique

CONCEVOIR ET ANIMER UN WEBINAIRE

Objectifs pédagogiques

Apprendre à concevoir et animer un webinaire pour :

- Initier des échanges avec des prospects
- Développer sa notoriété
- Savoir valoriser son expertise métier
- Etablir une relation de confiance
- Détecter des besoins de prospects
- Obtenir un rendez-vous, un contact ou vendre une prestation

Objectifs opérationnels

- Mettre en œuvre des webinaires pour se faire connaître et vendre ses prestations

Programme

Concevoir un webinaire

- Identifier les cibles et leurs besoins
- Choisir un sujet pertinent et l'adapter à la cible
- Créer un contenu et le rendre attractif
- Construire le scénario du webinaire pour amener les auditeurs à une prise de contact téléphonique / un rendez-vous / une vente
- Concevoir un support de webinaire qui retient l'attention (Powerpoint)

Animer un webinaire

- Savoir mener un webinaire de bout en bout : comment introduire et conclure un webinaire, interactions avec les auditeurs, gestion des questions-réponses, animation à plusieurs intervenants.
- Prendre la parole en visioconférence : attitude et gestuelle, mise en scène, apparition à l'écran / partage d'écran, rythme...
- Savoir exploiter le potentiel d'un outil de visioconférence
- Anticiper et parer aux éventuels problèmes techniques.

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Application des méthodes par la réalisation d'exercices pratiques, à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).

Supports de formation

- Plateforme de visioconférence Zoom
- Diaporama avec commentaires (document Powerpoint)
- Tutoriel de prise en main de la plateforme Zoom
- Fiches d'actions (réutilisables)

Modalités d'accès à la formation

Public concerné

- Toute personne amenée à communiquer pour développer la notoriété de son entreprise et développer des relations : dirigeants, directeurs opérationnels, équipes de direction, équipes chargées du marketing et de la communication.

Pré-requis

- Maîtriser le français pour les personnes non francophones (test d'évaluation).

Dates, tarifs et personnalisation

- Personnalisation possible des formations selon vos besoins
- Dates : à convenir
- Tarifs : sur devis

Durée

- 1 jour (7 heures) ou 2 demi-journées de 3h30

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

- Nous consulter pour toute demande spécifique