

## Formation E-marketing : Fondamentaux + Référencement / SEO + Réseaux sociaux + E-mailing

<b>Durée :</b>	5 jours
<b>Public :</b>	Tous
<b>Pré-requis :</b>	Connaissance du web et de son fonctionnement - Connaissances minimales de Facebook et LinkedIn (avoir un compte personnel)
<b>Objectifs :</b>	Découvrir les leviers e-marketing - Connaître les techniques d'optimisation SEO - Savoir créer une campagne de recherche SEA - Comprendre les enjeux des réseaux sociaux - Créer sa page Facebook et sa page LinkedIn - Mettre en place des campagnes d'e-mailing
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	E-M641-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,86 / 5
<b>Certifications :</b>	ICDL : Marketing numérique score : 115,56 % Taux d'obtention : 56,25 % (score : 158,33 %) calculé le 01/04/2024 Pix : Optimisation de pages web, Réseaux sociaux, publications score : 83,67 % Taux d'obtention : 66,67 % (score : 92,50 %) calculé le 01/04/2024

### -- Découverte des notions du e-marketing --

#### Comprendre les enjeux du e-marketing

Qu'est-ce que le e-marketing ?

Comprendre le contexte

Définir ses objectifs

Quelles sont les problématiques rencontrées ?

Comprendre les rôles de chacun : webmaster, traffic manager, ads manager, community manager, etc.

#### Bien penser son site web

Définir les objectifs du site

Identifier les internautes à cibler

Connaître les outils pour gérer un site web : les CMS  
Réaliser un benchmark technique et ergonomique  
Définir une arborescence de ses contenus

**Atelier : Etudier un site et y valider ses objectifs, ses internautes et son arborescence**

### **Bien communiquer avec ses internautes**

Adapter son contenu  
Soigner la navigation  
Travailler l'ergonomie et l'accessibilité  
Mettre en place les outils de réassurance  
Utiliser les avis client  
Personnaliser le contenu

### **Comprendre comment attirer les gens sur son site**

Définir sa stratégie de visibilité  
Optimiser son site pour les moteurs de recherche - Découverte du SEO  
Créer des liens sponsorisés - Découverte du SEA  
Faire des liens vers son site : annuaires, forums, communiqués, etc.  
Passer par de l'affiliation, des marketplaces et comparateurs  
Mettre en place des bannières publicitaires

### **Utiliser Google Ads**

Connaître les différents types de campagne  
Surveiller la performance d'une campagne Google Ads  
Identifier les mots-clefs sur lesquels enchérir  
Créer une campagne de recherche  
Rédiger une annonce et y associer des mots-clefs

**Atelier : Créer une campagne Search et la configurer**

### **Fidéliser les visiteurs de son site Web**

Connaître ses visiteurs : cookies, formulaires, etc.  
Déployer des moyens de contact : chatbot, téléphone, etc.  
Reconnaître la fidélité d'un client en passant par un système de parrainage  
Créer des blogs d'informations  
Diffuser son contenu par d'autres moyens : réseaux sociaux et newsletter

### **Comprendre ce qu'il se passe sur son site**

Pourquoi mettre en place un outil de webanalytics ?  
Connaître les différents outils d'analyse  
Identifier ses indicateurs de performance (KPI)  
Définir les rapports à créer

**Atelier : Identifier les principaux rapports sur Google Analytics**

### **Savoir quels outils mettre en place autour de son site**

Passer par un gestionnaire de balise : Google Tag Manager  
Configurer un outil de webanalytics  
Mettre en place Google Search Console  
Les autres éléments à déployer : conversion, remarketing, etc.  
Respecter la RGPD sur son site web

## **Gérer un projet e-marketing**

Définir sa stratégie web  
Définir la méthode de gestion de projet  
Définir les profils à faire intervenir autour de ce projet  
Savoir analyser les performances actuelles pour les améliorer

## **Conclusion**

Définir ses priorités  
Quelles sont les futures évolutions ?  
Questions/Réponses

## **-- SEO Initiation : Travailler sa pertinence et popularité --**

### **Comprendre les enjeux du SEO**

Qu'est-ce que le SEO ?  
Comprendre le contexte actuel  
Quelles sont les problématiques rencontrées ?  
Travailler sur les outils de recherche

### **Comprendre le fonctionnement d'un moteur de recherche**

Connaître les principaux moteurs de recherche  
Comprendre le principe d'indexation d'un moteur de recherche  
Mieux appréhender Google et son fonctionnement  
Connaître les critères de positionnement historiques de Google  
Connaître les autres critères de positionnement  
Identifier les KPI à analyser pour le SEO

### **Définir sa liste de mots-clefs**

Comprendre les différents types de mots-clefs : informationnel, commercial et transactionnel  
Définir les mots clefs associés au secteur d'activité  
Identifier les requêtes de recherche d'un internaute  
Retenir des mots-clefs principaux et secondaires  
Définir un plan regroupant les mots-clefs retenus  
Savoir quels outils utiliser : Google Trends, Ubersuggest, etc.

### **Atelier : Trouver les bons mots-clefs pour son site web**

### **Optimiser le contenu d'une page**

Valider l'URL de la page  
Optimiser les balises meta : title et description  
Définir une arborescence au sein de sa page

Réussir à créer un contexte avec son contenu

### **Optimiser l'indexation de son contenu**

- Réfléchir à son maillage interne
- Créer une page plan de site
- Intégrer des plans de site au format XML
- Bloquer l'accès à certaines pages avec le robots.txt

### **Générer de la popularité sur ses pages**

- Définir sa stratégie de netlinking : créer des backlinks
- Trouver des annuaires pertinents
- Surveiller des forums
- Travailler avec les communiqués web
- Identifier tout site pouvant faire un lien vers le nôtre

### **Découvrir Google Search Console**

- Comprendre l'intérêt de l'outil
- Ajouter son site à Google Search Console
- Analyser ses performances SEO
- Analyser les liens internes et externes

### **Conclusion**

- Définir les priorités d'optimisation
- Rester informer sur les futures évolutions
- Questions/Réponses

### **-- Réseaux sociaux Initiation : Découverte des principaux réseaux sociaux --**

#### **Comprendre les enjeux des réseaux sociaux**

- Bien travailler avec les réseaux sociaux
- Cibler les bons réseaux sociaux
- Se familiariser avec le vocabulaire
- Comprendre le rôle d'un community manager

#### **Découvrir l'intérêt des principaux réseaux sociaux**

- Comprendre le fonctionnement de Facebook
- Utiliser les réseaux pour diffuser des liens tels que Twitter et Pinterest
- Humaniser sa marque grâce à Instagram, Snapchat ou TikTok
- Obtenir des contacts pro via LinkedIn
- Connaître les autres réseaux sociaux plus spécifiques

#### **Définir sa stratégie sociale**

- Savoir quoi publier et sur quel réseau social
- Définir la fréquence de publication
- Faire intervenir sa communauté dans sa communication
- Respecter les bonnes pratiques

Optimiser ses pages web pour les réseaux sociaux

### **Créer sa présence sur Facebook**

Comprendre l'organisation de Facebook  
Créer et paramétrer une page entreprise  
Bien renseigner sa page  
Définir les onglets à afficher

#### **Atelier : Créer et configurer sa page Facebook**

### **Communiquer sur Facebook**

Quelles sont les thématiques à aborder ?  
Créer et programmer une publication  
Varier sa communication : événements, vidéos, produits, etc.  
Partager les publications des autres  
Communiquer au sein des groupes  
Les ponts à établir entre le site web et la page Facebook  
Analyser la performance de sa page Facebook

#### **Atelier : Créer différentes publications sur Facebook**

### **Travailler avec LinkedIn**

Optimiser son profil individuel  
Comprendre l'importance de certains champs dans son profil  
Pourquoi passer en premium sur LinkedIn ?  
Créer et paramétrer une page entreprise  
Créer des publications sur sa page entreprise

### **Conclusion**

Définir ses priorités  
Suivre les évolutions des réseaux sociaux  
Questions/Réponses

### **-- E-mailing : Programmer des e-mails marketing --**

#### **Comprendre les enjeux de l'email marketing**

Comprendre le contexte  
Reconnaître les différents types d'e-mail marketing ?  
Définir les objectifs  
Se familiariser avec le vocabulaire

#### **Respecter les règles**

Quelles sont les questions à se poser ?  
Utiliser des bases de contact Opt-In  
Respecter la RGPD  
Choisir une bonne plateforme de routage  
Les outils de test à utiliser

## **Utiliser un outil de gestion d'email marketing**

- Importer sa base de contact
- Synchroniser les abonnés via son site web
- Configurer son compte
- Créer des segments de sa base de contact

**Atelier : Créer et configurer un compte sur une plateforme de routage (Sendinblue, Mailchimp, Mailjet...)**

## **Créer une campagne d'email**

- Paramétrer une nouvelle campagne d'email
- Définir l'objet, le nom d'expéditeur, etc.
- Définir la mise en page de l'email
- Insérer ses contenus (textes, images, liens, etc.)
- Saisir les destinataires
- Programmer et envoyer

**Atelier : Créer, configurer et programmer une campagne d'email**

## **Optimiser les performances de ses envois**

- Quelles sont les statistiques à analyser ?
- Obtenir de bonnes adresses mails
- Avoir un bon taux d'ouverture
- Optimiser le taux de clic dans l'email
- Suivre les conversion obtenues

**Atelier : Consulter les statistiques d'une campagne d'email**

## **Les bonnes pratiques à respecter**

- Utiliser des modèles d'emails
- Intégrer des liens de tracking
- Varié ses contenus : vidéos, réseaux sociaux, etc.
- Personnaliser et adapter le contenu au destinataire
- Utiliser les emails pour un trigger marketing

## **Conclusion**

- Etablir sa stratégie email
- Questions/Réponses