

PROGRAMME DE FORMATION

COMPETENCES DIGITALES

CRÉER UN SITE WEB SANS CODE,
STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX,
RÉFÉRENCIEMENT & ADWORDS



2 formats au choix

Durée en individuel : 45h à distance ou en présentiel

Zoom sur les spécificités de l'individuel : flexibilité, personnalisation, aménagement du programme, le tout en fonction de vos besoins et convenance. Avec démarrage immédiat en fonction de vos disponibilités et de celles du formateur.



2 lieux au choix

De chez vous, à distance ou dans nos locaux
au 8 bis rue de l'Eperon 75006 Paris.
Métro Saint Michel ou Odéon
Parking Vinci à la Place St André des Art



Equipement

En présentiel, nous mettons à votre disposition des ordinateurs PC équipés des licences adéquates mises à jour. A distance, c'est à vous de jouer et d'avoir un ordinateur équipé des licences adéquates. Dans ce cas, notre équipe peut vous conseiller.



Public visé & pré-requis - Salariés, demandeurs d'emploi, auto entrepreneurs, particuliers ou bénévoles souhaitant progresser dans l'acquisition de connaissances et savoirs. Pour chacun, une maîtrise basique de l'ordinateur est demandée.

Accessibilité - Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap, notamment grâce à notre partenariat avec HACTIF, structure spécialisée pour nous permettre d'adapter nos formations aux besoins de chacun. Si vous êtes concerné(e), n'hésitez pas à contacter notre référent en toute confidentialité. Chlomo Zenou - 01 43 29 28 45 - chlomo.peaj@gmail.com

Méthodes et moyens pédagogiques

Tout au long de la formation, des temps théoriques alternent avec des temps pratiques (créations de contenus, exercices, recherches, simulations, jeux, études de cas...). Des supports écrits sont transmis au stagiaire en versions numérique et papier. En amont de la formation, un test de positionnement ou un entretien téléphonique sont réalisés pour définir les besoins et demandes des stagiaires afin que la formation corresponde au mieux.

En présentiel - En appui des temps théoriques, un diaporama et un écran mural sont utilisés, tout en laissant place à une forte interactivité entre les stagiaires et les formateurs.

En distanciel - Une solution à distance permettant la vidéo, le son, le partage d'écran, l'enregistrement des sessions, est utilisée : la formation est ainsi organisée sous la forme de classe virtuelle ou de visioconférence ou de elearning. Un assistant technique est également sollicité afin d'apporter une aide aux stagiaires qui auraient du mal à se connecter.

Association PEAJ - 8 bis rue de l'Eperon 75006 Paris - 0143292845 - www.peaj.org

N° de Siret : 50758326800010 - N° de déclaration d'activité : 11754834175

Centre de formation Datadocké - Programme mis à jour le 01/06/2021

Au plaisir de vous accueillir en formation !

Formateurs expérimentés - Experts dans le milieu des compétences digitales, tous nos formateurs cumulent de nombreuses journées de formation auprès de différents organismes dont notre structure.

Evaluation - À l'issue de la session,

Un test de fin de formation (QCM, créations, exercices, projet, présentation orale) est réalisé afin de valider les acquis.

Chaque stagiaire est invité à participer à un bilan oral "à chaud" complété par un questionnaire "à froid" envoyé quelques semaines plus tard, pour connaître l'impact de la formation suivie et d'en mesurer les apports au niveau professionnel.

Chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation reprenant les compétences acquises ou en cours d'acquisition ainsi qu'une attestation de présence. Dans le cas des formations à distance, un certificat de réalisation est délivré par nos soins.

Tarifs & financement

Nos tarifs sont nets de TVA, par heure et par personne, déjeuner non compris

Cette formation est éligible à l'ensemble des financements liés à la formation continue : OPCO, CPF, AIF, FNE...
N'hésitez pas à nous contacter pour des conseils.

SESSION EN INDIVIDUEL 45H - 2700 €

[Je réserve ma place](#)

[Je souhaite un devis pour un groupe déjà constitué](#)

Les détails finaux concernant la formation (lieu, durée, présentiel, distanciel...) sont indiqués dans le devis et la convention, remis avec le règlement intérieur de PEAJ.

[Une question ? Besoin d'aide ? S'inscrire ?](#)

[Contactez-nous au 01 43 29 28 45](#)

contact.peaj@gmail.com

marielucie.peaj@gmail.com

www.peaj.org



PROGRAMME DE FORMATION

COMPETENCES DIGITALES

CRÉER UN SITE WEB SANS CODE,
STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX,
RÉFÉRENCIEMENT & ADWORDS



PCIE Passeport de Compétences
Informatique Européen
ECDL European Computer
Driving Licence



OBJECTIFS

CRÉATION DE SITE INTERNET AVEC WORDPRESS

- Créer un site internet de A à Z de la conception éditoriale au référencement

STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Fonctionnalités et usages des principaux réseaux
- Elaborer une stratégie média en 8 étapes
- Optimisation des usages de chacun

GESTION DU RÉFÉRENCIEMENT

- Renforcer sa visibilité et sa notoriété en ligne
- Maîtriser les techniques de référencement payant ou liens sponsorisés
- Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel
- Augmenter le nombre de visites de façon significative, mesurer le R.O.I

MAÎTRISE DE ADWORDS

- Comprendre le fonctionnement d'une campagne Adwords

Et notamment être capable de :

- Construire, analyser et gérer efficacement une campagne
- Optimiser une campagne déjà en place

PROGRAMME CRÉATION DE SITE INTERNET AVEC WORDPRESS



GÉRER ET DÉVELOPPER SON SITE

- Gérer, créer, développer son site Internet sans code avec l'interface WordPress
- Personnalisation d'un site, création d'un bandeau, choix de templates, respect d'une charte graphique

SAVOIR RÉDIGER POUR LE WEB

- Maîtriser la conception éditoriale web et comprendre les différences avec la culture de la publication imprimée, en comprendre les contraintes et les atouts
- Déclinaison des genres journalistiques sur le Web
- Rewriting des contenus issus de la publication imprimée

L'ERGONOMIE D'UN SITE INTERNET

- L'architecture de l'information
- Principes de lisibilité et d'accessibilité

ENRICHISSEMENT MULTIMÉDIA ET CRÉATION DE CONTENUS

- Qualité et pertinence des illustrations
- Photos, séquences vidéo, illustrations, mise en page avec des logiciels payants style Adobe (Initiation Photoshop et illustrator) ou gratuits (Photofiltre, Gimpe, Inkscape, Scribus...)

RÉFÉRENCIEMENT

- Comment concevoir un contenu rédactionnel réactif par rapport aux moteurs de recherche.
- Connaître son public et mesurer son audience - Pages vues et visiteurs uniques. Outils d'analyse d'audience (Xiti, Google Analytics)

Association PEAJ - 8 bis rue de l'Eperon 75006 Paris - 0143292845 - www.peaj.org

N° de Siret : 50758326800010 - N° de déclaration d'activité : 11754834175

Centre de formation Datadocké - Programme mis à jour le 01/06/2021

Au plaisir de vous accueillir en formation !

PROGRAMME (SUITE)

STRATÉGIE SUR LES RESEAUX SOCIAUX PROGRAMME

RAPPEL DES FONCTIONNALITÉS ET USAGES DES PRINCIPAUX RÉSEAUX

- Facebook : l'incontournable média social
- Twitter : toucher les influenceurs
- YouTube : transmettre votre savoir et votre histoire
- Instagram : se construire une image
- LinkedIn : générer des leads BtoB
- Les autres réseaux : Pinterest, Google +, Snapchat...

ELABORER SA STRATÉGIE SOCIAL MEDIA EN 8 ÉTAPES

ETAPE 1 - DÉTERMINER LES OBJECTIFS SOCIAL MEDIA

- Qu'est-ce qu'une Stratégie Social Média ?
- Déterminer les objectifs de la Stratégie Social Média
- Les 4 types de Stratégie Social Média (Listening, Influencing, Networking, Selling)
- Se donner des objectifs qualitatifs et quantitatifs : penser SMART

ETAPE 2 - DÉTERMINER L'AUDIENCE

- Qui est ma cible ?
- Définir des personas
- Pourquoi définir des personas ?
- Comment construire un persona ?
- Que faire de ses personas ?
- Savoir identifier les mauvais personas

ETAPE 3 - DÉFINIR LES THÉMATIQUES

- Objectif cognitif, adressez-vous au cerveau
- Objectif affectif, adressez-vous au cœur
- Objectif conatif, adressez-vous au muscle
- Formuler le concept rédactionnel et les objectifs éditoriaux
- Traduire les objectifs dans la grille de la publication
- Définir ses contenus : la matrice des contenus
- La recherche de contenu : mettre en place des outils de veille
- Comment augmenter sa production de contenus sans diminuer la qualité
- Le choix des visuels
- 5 astuces pour réanimer une stratégie de contenu bloquée

ETAPE 4 - RÉSEAUX SOCIAUX : LESQUELS CHOISIR SELON LES OBJECTIFS ET LA CIBLE

- FACEBOOK : la promotion
- TWITTER : le partage d'informations
- INSTAGRAM : l'image de marque
- YOUTUBE : le storytelling
- LINKEDIN : recrutement et réseau

ÉTAPE 5 - PLANIFIER UNE BONNE ORGANISATION

- Bilan de l'existant
- Les fondamentaux du calendrier éditorial
- Astuces : quand publier sur les réseaux sociaux ?

ÉTAPE 6 - DES PROCESSUS POUR GAGNER DU TEMPS

- Les outils pour automatiser les tâches
 - Buffer / Hootsuite
- Outils d'automatisation : limites et dangers
- Zoom : Bad Buzz - communication de crise : les principes à respecter

ETAPE 7 - QUELLES RESSOURCES POUR MA STRATÉGIE ?

- Les ressources humaines
 - Le Community Manager
 - Le Social Media Manager
 - Les qualités d'un communicant sur les réseaux sociaux
- Les ressources financières
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
- Zoom : créer une campagne de publicité Facebook (d'interaction, de trafic, de conversions et de vues de vidéo)

ETAPE 8 - MESURER ET ANALYSER LES RÉSULTATS

- Mesurer : les outils d'Analytics
- Exemple de l'outil Analytics FACEBOOK
- Analyser : définir ses KPIs (indicateurs clés de performance)
 - La visibilité
 - L'acquisition
 - La recommandation
 - L'engagement
 - La tonalité du message



PROGRAMME (SUITE)

GESTION DU RÉFÉRENCIEMENT PROGRAMME

SAVOIR CERNER LES ENJEUX DU RÉFÉRENCIEMENT

- Augmenter la visibilité et l'audience d'un site Web
- Identifier les acteurs, les outils et l'impact de Google
- Identifier les modes de recherche sur le Web
- Comparer les atouts et limites du SEO, SEM et SMO

DÉFINIR SA STRATÉGIE DE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL SEO

- Identifier les clés de la stratégie de référencement : cibles, contenus, objectifs
- Définir une stratégie éditoriale SEO : arborescence et catégories
- Analyser l'efficacité actuelle du SEO du site
- Décrypter la stratégie SEO des concurrents
- Optimiser son site pour la recherche mobile

DÉFINIR SA STRATÉGIE DE LIENS SPONSORISÉS

- Le modèle des liens sponsorisés : critères et pertinence
- Définir sa stratégie SEM : objectifs, cibles, budget, période
- Déterminer son plan média SEM
- Piloter sa campagne SEM : budget, enchères, rentabilité
- Décrypter la stratégie SEM des concurrents
- Optimiser les synergies SEM, SEO.

MESURER LES RÉSULTATS ET SON ROI

- Les KPI (Indicateurs de Performance) du SEO, SEM, SMO
- Les tableaux de bords SEO et SEM
- Interpréter les résultats et mettre en place les actions correctives

MAÎTRISE DE ADWORDS PROGRAMME

COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT D'UNE CAMPAGNE ADWORDS

- Identifier et comprendre le vocabulaire utile dans une campagne
- Comprendre le fonctionnement du réseau de recherche Adwords

CONSTRUIRE, ANALYSER ET GÉRER EFFICACEMENT UNE CAMPAGNE ADWORDS

- Apprendre à mettre en place une campagne
- Mise en place des paramètres nécessaires à la campagne
- Gestion des cibles et des audiences
- Création de campagnes d'annonces dynamiques
- Savoir utiliser les outils de gestion fournis par Google
- Mettre en place la liaison Adwords et Analytics

OPTIMISER UNE CAMPAGNE DÉJÀ EN PLACE

- Ajouter des mots-clés et des annonces
- Ajouter des mots-clés négatifs
- Augmenter ou réduire le CPC
- Augmenter ou réduire le budget
- Changer la cible d'une campagne
- Définir une plage horaire d'affichage des annonces
- Restructurer le compte

