

# Stratégie de Webmarketing

**Durée** : 25 heures

**Prix** : 2800 euros

## Prérequis

- Avoir niveau Seconde ou Première et deux ans d'expérience professionnelle.
- Ou un niveau Terminale.
- Disposer du matériel informatique adapté et d'une connexion internet (haut débit).

## Accessibilité

- Entrée tous les lundis
- Un délai de 15 jours minimum avant l'entrée en formation est nécessaire à l'instruction de la demande d'inscription.
- Dans ce délai, le stagiaire doit renvoyer :

- une pièce d'identité
- la charte d'engagement et l'évaluation avant inscription rempli,
- les documents obligatoires signés à savoir, le devis et le contrat, le programme de formation, le règlement intérieur et les conditions générales de vente.

Le parcours pédagogique peut être individualisé sur étude avec le référent handicap

[teddy.adc@gmail.com](mailto:teddy.adc@gmail.com) **Point forts**

- **Préparation au passage de la certification du Bloc de compétences 02 du titre professionnel Concepteur designer UI.**
- 8 Modules E-learning contenant chacun plusieurs chapitres.
- Des cas pratiques proposés afin de travailler sur les interfaces.
- Une évaluation initiale (Test de positionnement) et des Quiz à chaque fin de module.
- Une évaluation finale

## Objectifs pédagogiques

- Mettre en œuvre une stratégie webmarketing.
- Assurer une veille professionnelle et développer les compétences collectives de son équipe

## Contenu de la formation

### Module 1 : Les fondamentaux du Community Manager

- **Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux**
  - o L'histoire des réseaux sociaux

# CPH

98 avenue de Paris  
91300 Massy



- 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

- **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 : social ads
- o Les bonnes pratiques - 5 : engagement
- o La veille quotidienne

- **Module 1.3 : La communauté du Community manager**

- o Comprendre et entretenir sa communauté
- o Construire et développer sa communauté

- *Quiz module 1*

## Module 2 : La base des réseaux sociaux

- **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 sponsorisation Facebook

- **Module 2.2 : Instagram**

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

- **Module 2.3 : LinkedIn**

- o LinkedIn

- **Module 2.4 : YouTube**

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

- **Module 2.5 : Twitter**

- o Les bases de Twitter

- **Module 2.6 : TikTok**

- o Les bases de TikTok

- **Module 2.7 : Pinterest**

- o Pinterest : Comment mettre en place une stratégie
- o Pinterest : Anatomie

## CPH

98 avenue de Paris  
91300 Massy



- o Pinterest : Marketing – Partie 2
- o 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

- **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

- *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 *Quiz module 4*

### Module 5 : Pinterest Ads

Introduction du module

- **Module 5.1 : Premier pas sur Pinterest**

- o L'histoire de Pinterest
  - o Les tendances Pinterest

CPH - 98 Avenue de Paris- 91300 MASSY - Numéro SIRET : 892 501 123 000 12  
Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro : 11910939091 auprès du préfet de région d'Ile-De-France  
Qualiopi - Certificat B06299 - Vérifiable sur <https://certif-icpf.org/>  
Email : [teddy.adc@gmail.com](mailto:teddy.adc@gmail.com) Tél : 06 47 31 08 40

# CPH

98 avenue de Paris  
91300 Massy



- 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

• **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

• **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

• **Module 5.4 : La sponsorisation sur Pinterest**

- o Créer une annonce
- o Utiliser les outils Pinterest pour suivre les performances
- o Analyser les performances - Partie 1
- o Cas pratiques
- o Exercice 5
- o Correction de l'exercice 5

- *Quiz : Pinterest*

## Module 6 : TikTok Ads

• **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

# CPH

98 avenue de Paris  
91300 Massy



- o Exercice 6
- o Correction/Auto-évaluation Exercice 6

• **Module 6.2: 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

• **Module 6.3 : 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

• 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

• Quizz : TikTok

## Module 7 : SnapChat Ads

• **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 ?

• **Module 7.2 : Comment créer une annonce sur SnapChat**

- o Pourquoi utiliser la publicité SnapChat
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 1

# CPH

98 avenue de Paris  
91300 Massy



- **Module 7.3 : 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

- *Quizz : SnapChat*

## Module 8 : Développer les compétences collectives de son équipe face au changement

- **Module 8.1 : Manager le changement**

- o Mettre en place une culture du changement
- o Agilité organisationnelle
- o Accompagner les transformations
- o Gérer les résistances du changement

- **Module 8.2 : La réunion**

- o Les bénéfices d'une réunion
- o Conduite de réunion
- o Le brainstorming
- o La gestion du temps
- o Les règles simples pour gagner du temps
- o Le développement par le travail collaboratif
- o Le compte rendu de réunion

## Organisation de la formation

### Equipe pédagogique

- Une équipe de consultants formateur spécialisé dans leur domaine d'expertise
- Service assistance et réclamations disponible par mail à [teddy.adc@gmail.com](mailto:teddy.adc@gmail.com) et par téléphone au 0647310840

### Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme e-learning présentant les cours en vidéo accessible 7j/7 et 24h/24 pendant 12 mois •
- Vidéos explicatives
- Quiz
- Exercices

### Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Evaluations initiales et finales proposées en début et fin de parcours afin de tester et comparer les connaissances acquises •
- Quiz intermédiaires à la fin de chaque module
- Livret pédagogique rempli par le formateur
- Passage certification auprès du MINISTERE DU TRAVAIL DU PLEIN EMPLOI ET DE L' INSERTION

### Résultats attendus

En fin de formation, l'apprenant sera en mesure :

- Les fondamentaux du Community Manager
- La base des réseaux sociaux
- Cerner les enjeux comportementaux des internautes pour construire votre projet social media. • Mettre en place une stratégie Social Média.
- Pinterest Ads
- TikTok Ads
- SnapChat Ads
- Développer les compétences collectives de son équipe face au changement

### Récapitulatif des examens et évaluations

*Les compétences des candidats (VAE ou issus de la formation) sont évaluées par un jury au vu :*

- a) D'une mise en situation professionnelle ou d'une présentation d'un projet réalisé en amont de la session, éventuellement complétée par d'autres modalités d'évaluation : entretien technique, questionnaire professionnel, questionnement à partir de production(s).
- b) D'un dossier faisant état des pratiques professionnelles du candidat.
- c) Des résultats des évaluations passées en cours de formation pour les candidats issus d'un parcours de formation

## Certification visée

**Bloc RNCP 35634 BC02 - Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique du TP concepteur designer UI du ministère du travail dont la date d'enregistrement est du 01/06/2021**

**Taux de satisfaction à chaud : 100%**

**Taux de satisfaction à froid : 100%**

**Taux abandon : 0%**

**Taux de réussite à l'examen : 0%**

**Equivalence : aucune**

**Passerelle : Aucune**

**Suite de parcours : le bénéficiaire peut préparer les autres blocs**

**CPH** - 98 Avenue de Paris- 91300 MASSY - Numéro SIRET : 892 501 123 000 12  
Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro : 11910939091 auprès du préfet de région d'Ile-De-France  
Qualiopi - Certificat B06299 - Vérifiable sur <https://certif-icpf.org/>  
Email : [teddy.adc@gmail.com](mailto:teddy.adc@gmail.com) Tél : 06 47 31 08 40