

FORMATION - WEB

TP CDUI CCP 2 - Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique

■ Durée

8 Jours - 56 Heures

■ Objectifs

Être capable de gérer la communication et la mise en valeur d'un projet numérique sur internet.

■ Pré-requis

Maîtriser les fonctions essentielles des ordinateurs PC ou Mac. Être familiarisé avec le travail sur logiciels simples. La pratique d'un logiciel tel que Photoshop ou Illustrator facilitera l'apprentissage.

■ Modalités d'inscription

L'admission du candidat se fait sur la base :

- D'un questionnaire préalable dans lequel le candidat détaille ses compétences, ses acquis, ses formations et études et son objectif professionnel ;
- D'un entretien (téléphonique ou face à face, selon les cas) avec le responsable des formations, de la pédagogie et de la coordination des programmes afin de valider l'admission et répondre aux questions du candidat.

■ Méthode pédagogique

Formation présentielle/distancielle durant laquelle seront alternés explications théoriques et exercices pratiques.

■ Matériel pédagogique

1 personne par ordinateur MAC ou PC avec les dernières versions des logiciels étudiés. Supports de cours fournis.

■ Modalités d'évaluation

Les compétences des candidats 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

■ Public

Toute personne souhaitant apprendre à communiquer sur internet.

■ Accessibilité

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Les aspects, l'accessibilité et le type de handicap au regard des modalités d'accompagnement pédagogiques sont à évoquer impérativement au cours de l'entretien préalable à toute contractualisation afin de pouvoir orienter ou accompagner au mieux les personnes en situation de handicap.

■ Certificat

BC 2 du Titre Professionnel - Concepteur Designer UI enregistré sous le numéro RNCP 35 634

■ Programme

■ MODULE 1 : Marketing et communication web (5j – 35h)

Introduction au webmarketing

- Du web 1.0 au web 3.0 : connaître les grandes évolutions du web 3.0 Illustrer les principales tendances actuelles
- Détourner les 6 leviers de persuasion

Tunnel de conversion

- S'approprier les bases de l'inbound marketing
- Concevoir un parcours utilisateur
- Identifier la stratégie de contenu à adopter

Attirer des visiteurs sur son site

- Appréhender les enjeux du référencement naturel et payant
- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Optimiser son site pour le SEO : les bonnes pratiques on et off page
- Suivre les bons indicateurs
- Gérer une campagne de référencement payant avec Google Ads Mettre en place une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux
- Concevoir des contenus d'appel attractifs
- Décliner des personas afin d'identifier les messages clés prioritaires

Convertir sur son site

- Concevoir des contenus optimisés pour la conversion
- Améliorer l'expérience utilisateur : fluidifier la navigation, structurer ses pages, hiérarchiser l'information, rédiger des titres accrocheurs
- Optimiser son site pour la conversion : concevoir des landing pages et appels à l'action, maquetter sa home page
- Suivre les bons indicateurs



Collaborer avec les influenceurs

- Identifier les grandes typologies d'influenceurs
- Adapter son approche au profil de chaque influenceur
- Mettre en place une relation durable

Investir les réseaux sociaux

- Dresser un panorama des principaux réseaux sociaux et de leurs spécificités
- Concevoir une ligne éditoriale convaincante
- Optimiser ses publications pour le partage
- Utiliser des outils de management des réseaux sociaux
- Suivre les bons indicateurs

Lead nurturing grâce à l'emailing

- Mettre en place des stratégies de lead nurturing
- Optimiser ses emailings : bonnes et mauvaises pratiques
- Optimiser ses campagnes à l'aide d'un outil dédié Suivre les bons indicateurs

Engager sa communauté

- Tirer profit des leviers de viralité et d'engagement
- Exploiter les techniques de storytelling
- Mettre en place une stratégie de marketing communautaire

Piloter et monitorer sa stratégie marketing

- Concevoir des reportings intelligents
- Suivre les bons indicateurs grâce à Google Analytics

Mettre en place une veille efficace

■ **MODULE 2 : Réseaux sociaux – Communiquez et valorisez votre business (3j – 21h)**

Au cours de cette formation les exercices pratiques vous amèneront à créer des comptes et contenus sur les réseaux sociaux de votre choix. A l'issue de cette formation :



- Votre profil personnel est optimisé pour votre activité professionnelle
- Vous identifiez et entrez en contact direct avec de nouveaux prospects
- Vous économisez en « démarchage de masse » (Téléphone, mailing, etc.)
- Vous valorisez votre entreprise au travers de votre expertise
- Vous établissez une veille rapide et efficace sur votre secteur d'activité
- Vous disposez d'une connaissance de la sphère Social Media

Facebook

Comprendre et agir sur le 1er réseau social mondial

- Environnement et navigation
- Pourquoi et comment construire son profil personnel ?
- Profil Personnel vs Page Professionnelles : quelles différences, quelles synergies ?

Créer la Page Professionnelle de votre entreprise

- Usages et intérêts de la Page Professionnelle
- Définir son positionnement
- Publier ses premiers messages

Mettre en ligne des campagnes publicitaires pour atteindre ses prospects

- Pourquoi avoir recours aux publicités ?
- Les formats publicitaires et les moyens financiers à engager
- Analyses statistiques

Ma ligne éditoriale & commerciale

Définir la ligne éditoriale de son entreprise

- Quel est mon univers de prospection ?
- Définir son discours entre expertise et actions commerciales
- Bonnes et mauvaises pratiques

Twitter



Comprendre et agir sur ce réseau d'expertise

- A quoi sert Twitter et comment l'appréhender ?
- Lecture et navigation
- Usages et bonnes pratiques

Créez et activez son compte Twitter

- Définir sa ligne éditoriale et commerciale
- Publier ses premiers tweets
- Faire sa veille métier et concurrentielle sur Twitter

Instagram

Valoriser et sublimer son entreprise au travers d'un réseau d'images

- Comment fonctionne Instagram
- Lecture et navigation
- Usages et bonnes pratiques

Créez et activez son compte Instagram professionnel

- Définir sa ligne éditoriale et commerciale
- Mettre en ligne ses premières publications
- Faire grandir sa communauté

Création de contenus graphiques sur les réseaux

- Les solutions simples et accessibles pour créer des contenus
- Trouver des images pour illustrer ses messages
- Trouver et utiliser des images animées pour valoriser ses publications

LinkedIn

Comprendre et agir sur le 1er réseau social professionnel

- Environnement et navigation



- Les 5 clés pour valoriser votre profil personnel
- Editer et mettre en ligne son profil

Créer des contenus sur LinkedIn pour valoriser son expertise

- Rechercher des contacts
- Publier ses premiers messages
- Publier ses premiers articles

Le social selling au service de votre entreprise

- Notions
- Comment attirer les autres ?
- Comment se rendre désirable ?

Créer la Page Professionnelle de votre entreprise

- Notions et caractéristiques
- Edition et mise en ligne d'une Page Professionnelle
- Ligne éditoriale et diffusion des premiers messages

Mise à jour le 26 octobre 2023