

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

IF
Isabelle Jariod
06.86.83.69.64
isabelle.jariod@if-formation.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Tests
Entretien
Inscription directe ou par un conseiller
en insertion professionnelle

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

NA

Prérequis pédagogiques :

aucun niveau de connaissances préalables
n'est requis.

Contrat de
professionnalisation
possible ?

Non

Objectif de la formation

• Saisir les enjeux du marketing digital • S'approprier des principaux outils digitaux. • Développer une stratégie digitale efficace. • Maîtriser les réseaux sociaux • Élaboration de son plan d'actions de communication.

Contenu et modalités d'organisation

LES PRINCIPES ET LES ENJEUX DE LA STRATEGIE MARKETING DIGITAL o L'évolution des technologies et des usages. o Les différentes stratégies : inbound marketing, storytelling et brand content. o L'analyse d'audience, d'indicateurs et de données. o Les enjeux du cross canal, la conversion et la fidélisation. LES OUTILS DU WEBMARKETING o Le référencement naturel (SEO) o Le ciblage retargeting o L'e-mail marketing. o Le marketing d'influence IDENTIFICATION ET ENJEUX DES DIFFERENTS RESEAUX SOCIAUX o Comprendre le fonctionnement et les enjeux des différents réseaux sociaux o Visualisation des chiffres des réseaux sociaux en 2023 o Analyser la cible des différents réseaux sociaux DEFINIR SA STRATEGIE DIGITALE o Audit des médias sociaux actuels o Définition des objectifs SMART o Définition de sa cible client o Analyse de la concurrence o Définir sa stratégie de contenu et élaborer son calendrier éditorial UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX POUR VALORISER SON ENTREPRISE o Création des pages professionnelles sur les différents réseaux sociaux o Rédiger sa biographie o Définir les thèmes et visuels des « Stories à la une » o Découvrir Meta Business o Optimiser ses pages professionnelles REDIGER SES PUBLICATIONS o Comment rédiger des textes percutants pour les médias sociaux o Les différents types de contenu existants o Créer des visuels attrayants o Introduction à l'outil CANVA en fonction de sa charte graphique o Structuration des légendes avec ou sans l'IA o Choix des hashtags o Programmation des publications COMPRENDRE LES FONCTIONNALITES DES DIFFERENTS RESEAUX o Découverte et analyse de l'interface des réseaux sociaux et compréhension de leurs fonctionnalités o Organiser un jeu concours pour booster sa page professionnelle o Connaître les algorithmes o Définir les bons hashtags o Créer des stories et réels pour développer sa visibilité CONCEPTION DE VIDEOS REELS o Comment créer une vidéo de présentation de l'entreprise o Utilisation de l'outil Capcut ANIMATION DES RESEAUX SOCIAUX o L'importance de l'interactivité et de la routine d'engagement o Gestion des avis et des commentaires

Parcours de formation personnalisable ? **Oui** Type de parcours **Non renseigné**

Validation(s) Visée(s)

> Attestation de fin de formation

Et après ?

Suite de parcours

Non renseigné

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00542518	du 13/12/2024 au 31/12/2029	Saint-Jean- de-Luz (64)	IF		Non éligible	FPC