



FORMATION : MARKETER DE L'E-COMMERCE

PUBLIC :

Pour personne avertie et habituée aux outils informatiques et à l'environnement du web, ayant déjà une expérience dans l'univers du marketing.

PRÉREQUIS :

- Posséder un ordinateur.
- Maîtriser les fondamentaux de l'usage des outils informatiques et de l'environnement du web.
- Avoir une expérience et/ou dans le milieu du marketing.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS :

Admission sous réserve de répondre aux prérequis.

DURÉE TOTALE :

25h

DATES OU PERIODE :

- Voir convention jointe avec formation.
- A définir avec le centre de formation.

HORAIRES :

- La partie e-learning est accessible 7j/7 et 24h/24
- Le monitoring et l'assistance pédagogique sont disponibles du lundi au vendredi de 9h à 17h

LIEU :

Formation ouverte à distance, accessible 7j/7 et 24h/24 à partir d'une plateforme conçue spécialement pour le e-learning.

Pour l'accès aux personnes en situation de handicap, nous consulter.

OBJECTIF DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

- Définir les tactiques opérationnelles sur les médias sociaux.
- Définir un plan de contenus sur les médias sociaux.
- Maîtriser les astuces de publication.
- Connaître les outils indispensables pour une campagne.
- Développer sa culture digitale.



CONTENU

INTRODUCTION

- Présentation et objectifs de la formation
- Test de positionnement

MODULE 1 : LES FONDAMENTAUX DU COMMUNITY

Manager Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux

- L'histoire des réseaux sociaux
- Les tendances 2021
- Pourquoi miser sur les réseaux sociaux

Module 1.2 : Le Community Manager

- Qui est le Community Manager
- Les qualités du Community Manager
- Les bonnes pratiques : choisir le bon format, création de contenu, penser mobile first, socials ads et engagement
- La veille quotidienne

Module 1.3 : La communauté du Community Manager

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

Quiz module 1



MODULE 2 : LA BASE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Module 2.1 : Facebook

- La présentation de Facebook
- La différence entre un profil, une page et un groupe
- La création d'une page Facebook
- Définir les objectifs de sa page
- Quelques conseils pour animer votre page Facebook
- L'algorithme Facebook
- La sponsorship Facebook

Module 2.2 : Facebook

Module 2.3 : Instagram

Module 2.4 : LinkedIn

Module 2.5 : Youtube

Module 2.6 : Twitter

Module 2.7 : TikTok

Module 2.8 : Pinterest

Module 2.9 : Snapchat

Quiz module 2



MODULE 3 : CERNER LES ENJEUX COMPORTEMENTAUX DES INTERNAUTES POUR CONSTRUIRE VOTRE PROJET SOCIAL MEDIA

- Les indicateurs clés de performance à analyser
- La e-réputation
- La veille concurrentielle et la veille social media

Module 3.1 : Le projet social media

- Le projet social media
- Chef de projet
- Planification
- Le cycle de vie du projet : exploration, préparation, mise en oeuvre, finalisation
- Le reporting
- Exemples de projets social media
- Création de contenus et budgets
- Diffusion du contenu

Quiz module 3

MODULE 4 : METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA

- Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle
- Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise
- Le Brand content et le modèle POEM
- Les outils d'organisation
- Les outils de veille
- Les outils de création
- Les outils de planification

Quiz module 4



MODULE 5 : PINTEREST ADS

Module 5.1 : Premier pas sur Pinterest

- L'histoire de Pinterest
- Les tendances Pinterest
- Le fil d'actualité
- Les fonctionnalités Pinterest
- L'algorithme Pinterest

Cas pratiques

- Exercice 1
- Correction de l'exercice 1
- Comment s'autoévaluer / auto-évaluation

Module 5.2 : Le moteur de recherche Pinterest

- La recherche par mot-clé
- La recherche visuelle

Cas pratiques

- Exercice 2
- Correction de l'exercice 2
- Comment s'autoévaluer / auto-évaluation

Module 5.3 : Pinterest, pour quel type d'entreprise ?

- Blogueur
- Commerce de détail local ou service local

Cas pratiques

- Exercice 3
- Correction / Auto-évaluation de l'exercice 3



Module 5.4 : La création de contenu sur Pinterest

- Comment créer une adresse Gmail ?
- Comment créer un bloc test ?
- Comment créer une identité de marque sur Canva ?
- Comment créer vos épingles sur Canva ?

Cas pratiques

- Exercice 4
- Correction / Auto-évaluation de l'exercice 4

Module 5.5 : La sponsorship sur Pinterest

- Créer une annonce
- Utiliser les outils Pinterest pour suivre les performances
- Analyser les performances

Cas pratiques

- Exercice 5
- Correction / Auto-évaluation de l'exercice 5

Quizz : Pinterest



MODULE 6 : TikTok Ads

Module 6.1 : Origine de l'application TikTok

- Introduction
- L'histoire de TikTok
- Comment fonctionne TikTok

Cas pratiques

- Exercice 6
- Correction / Auto-évaluation de l'exercice 6

Module 6.2 : TikTok Business Manager

- Comment créer un compte professionnel TikTok ?
- Etude de cas

Cas pratiques

- Exercice 7
- Correction / Auto-évaluation de l'exercice 7

Module 6.3 : Comment créer un TikTok Ads

- Annonces
- Mesures

Cas pratiques

- Exercice 8
- Correction / Auto-évaluation de l'exercice 8

Module 6.4 : Quels contenus créer sur TikTok Ads ?

- Créer une vidéo TikTok sur Canva Annonces
- Outil de création disponible sur TikTok Ads



Cas pratiques

- Exercice 9
- Correction / Auto-évaluation de l'exercice 9
- Exercice 10
- Correction / Auto-évaluation de l'exercice 10

Quizz : TikTok

MODULE 7 : Snapchat Ads

Module 7.1 : Snap, comment ça fonctionne ?

- Introduction du module
- L'histoire de Snapchat
- Le logo Snapchat
- Les chiffres clés
- Bien démarrer Snapchat
- Les fonctionnalités
- Snapchat, pour quel type d'entreprise ?

Module 7.2 : Snapchat Business Manager

- Bien démarrer avec Snapchat for Business
- Les Snapchat Ads

Module 7.3 : Comment créer une annonce sur Snapchat

- Pourquoi utiliser la publicité Snapchat
- Le tableau de bord Snapchat Ads

Module 7.4 : Comment élargir son influence sur Snapchat

- Comment élargir son influence sur Snapchat ?
- Quelle stratégie de communication ?
- Comment mesurer votre influence sur Snapchat ?
- Le tableau de bord Snapchat Ads

Quizz : Snapchat



MODULE 8 : Le référencement

Module 8.1 :Le référencement , comment ça fonctionne ? (PDF)

- Introduction du module
- L'utilisation du marketing viral
- Le référencement gratuit (SEO)
- Le référencement payant (SEA)
- L'utilisation de Google Adwords
- L'utilisation des campagnes e-mailing et newsletters
- L'utilisation d'autres leviers de référencement (réseaux & médias sociaux, blogs/forums, influenceurs...)
- Utiliser les statistiques de Google Analytics

Module 8.2 :Le site Internet (PDF)

- Introduction du module
- Initiation aux réseaux (Internet, Intranet)
- Notion du webdesign
- Techniques et notion de développement de sites Internet
- L'optimisation du site pour le référencement naturel
- Les actions de référencement et de positionnement

CERTIFICATION

Mise en situation professionnelle, entretien technique avec interrogation du jury sur les compétences identifiées comme cœur de métier.

RÉSULTATS ATTENDUS :

Acquérir les notions essentielles pour savoir maîtriser l'E-marketing. .

Appliquer les fondamentaux du référencement naturel et augmenter le nombre de visites de façon significative dans les premières positions des différents moteurs de recherche.

Utiliser les techniques de la rédaction pour le web en prenant en compte la problématique du référencement naturel et en optimisant son *content*.

Recruter des contacts sur les réseaux sociaux et élaborer une communication efficace autour de son plan e-marketing.

