



## PROGRAMME FORMATION

SAS InKréa Formations

[formations@inkrea.fr](mailto:formations@inkrea.fr)

[www.inkrea-formations-pau.fr](http://www.inkrea-formations-pau.fr)

*Programme mis à jour le 1er mars 2022*



## JOUR 1 | 9H - 12H30

### Elaboration de la stratégie éditoriale

#### Le Webmarketing en 2022

##### Les leviers d'acquisition majeurs : Comment générer du trafic et augmenter sa visibilité sur le web

Les réseaux sociaux  
Le référencement naturel (SEO)  
Le blog  
Les campagnes publicitaires digitales  
L'emailing  
Le marketing d'influence

#### Définir son persona marketing (cœur de cible)

Exercice : dressez le portrait de votre persona

## JOUR 1 | 13H30 - 17H

#### Définir sa ligne éditoriale :

Définir ses forces, adopter un positionnement webmarketing, un ton, un style, un Wording (champ lexical / mots-clés), une stratégie de storytelling.

Quizz *La stratégie webmarketing et éditoriale*

#### Le calendrier éditorial

Créer son calendrier éditorial en 10 étapes  
Mettre en place des Jeux Concours pour animer sa communauté : bonnes pratiques

#### Créer des visuels :

Rechercher des ressources en ligne (typographies & photos libres de droits)  
Utilisation de l'outil Canva

Mise en pratique : Création d'un visuel destiné à une publication Facebook

Programme mis à jour le 1er mars 2022

## JOUR 2 | 9H - 12H30

### Stratégie Social Media

#### Etat des lieux des réseaux sociaux en 2022

##### Facebook :

Création d'une page | Comment communiquer efficacement sur Facebook | Les 10 erreurs à ne pas faire  
La Suite Facebook Business :  
Fonctionnalités et bonnes pratiques

*Exercice : création et programmation d'une publication sur Instagram et Facebook dans la Suite Business*

Quizz *Facebook*

##### Instagram :

Comment communiquer efficacement sur Instagram |  
Les 10 erreurs à ne pas faire | Les types de feeds | Les stories | Les Reels

Quizz *Instagram*

## JOUR 2 | 13H30 - 17H

#### Les campagnes publicitaires sur Facebook & Instagram :

Création d'une campagne pas à pas  
Suivi et reporting des résultats

Quizz *La publicité sur les réseaux sociaux*

#### Tour d'horizon des autres réseaux sociaux :

LinkedIn, Twitter, Snapchat, Pinterest, YouTube, TikTok  
Les bonnes pratiques et astuces de pro

#### Les applications externes : créer sa boîte à outils

## JOUR 3 | 9H - 12H30

### Etablir une stratégie social media

Benchmark marketing, ligne éditoriale, posséder une stratégie de contenus, créer, générer et trouver du contenu

#### Optimiser son contenu :

Définir ses objectifs de publications, travailler ses textes

#### Mettre en place une stratégie de Hashtags pertinents

Mise en pratique : s'entraîner à rédiger pour différents réseaux sociaux et optimiser son contenu

#### Analyser ses statistiques Social Media

Analyse des courbes, étude des différents KPI



## JOUR 3 | 13H30 - 17H

### Stratégie de Marketing d'influence

Rechercher, choisir et contacter un influenceur  
Le déroulement d'une opération de marketing d'influence  
Le budget alloué aux campagnes d'influence  
Mesurer les retombées de son action de marketing d'influence

Mise en pratique : créer un brief de campagne d'influence marketing, faire une sélection d'influenceurs

Quizz *Analyse & marketing d'influence*

## JOUR 4 | 9H - 12H30

### L'emailing marketing

L'intérêt de l'e-mailing  
Mettre en place une campagne d'e-mailing  
Outils de mise en place d'un e-mailing  
L'analyse des statistiques

## JOUR 4 | 13H30 - 17H

### Blogging & veille e-reputation

La stratégie de blogging  
Monétiser un blog  
Ecrire un article de blog : bonnes pratiques

Les outils de veille e-réputation

Quizz *Blogging & veille e-reputation*

### L'analyse du contexte webmarketing et les orientations stratégiques

Se fixer des objectifs SMART

### Elaborer le plan d'actions webmarketing

Exemple du Blend Café à Pau : analyse du contexte, définition d'objectifs SMART, définition d'un plan d'actions webmarketing.

## JOUR 5 | 9H - 12H30

### Les outils Google

#### Le référencement naturel Google | SEO

Fonctionnement du référencement (SEM)  
Les bases du SEO : les principaux critères

Les bonnes pratiques pour améliorer le référencement d'un site internet : check-list des leviers d'optimisation

Les principaux facteurs clés de l'optimisation web

Quizz : *Le référencement naturel (SEO)*

Mise en pratique : Audit d'une page web & création d'un plan d'actions SEO (préconisations)

## JOUR 5 | 13H30 - 17H

#### Le référencement payant Google | SEA

Google Ads : les bases du SEA  
Les clés pour réussir sa campagne Google Ads  
Suivi et reporting des résultats

Mise en pratique : calcul des coûts d'acquisition d'une campagne Google Ads / Facebook Ads

#### Certification

Explication de la certification  
Lecture de l'étude de cas

## FIN DE LA FORMATION