



PROGRAMME FORMATION

SAS InKréa Formations
formations@inkrea.fr
www.inkrea-formations-pau.fr



MODULE 1

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 marketing d'influence
Les campagnes publicitaires digitales
L'emailing
Le blogging
Le référencement naturel (SEO)
Le référencement payant (SEA)

(Définir son persona marketing (cœur de cible

Exercice : dressez le portrait de votre persona

Définir sa ligne éditoriale

Définir ses forces
Adopter un positionnement webmarketing
Ton et style rédactionnel
Wording et stratégie de storytelling

Quiz La stratégie webmarketing et éditoriale

MODULE 2

La création de contenus : Réaliser des visuels

Rechercher et utiliser des ressources graphiques

Rechercher et utiliser des typographies libres de droits
Rechercher et utiliser des photos libres de droits

Utiliser l'outil Canva

Exploration de l'outil : fonctionnalités, bonnes pratiques
Mise en pratique : Création d'une publication Facebook sur l'outil en ligne Canva

MODULE 3

Stratégie Social Media : bonnes pratiques

Etat des lieux des réseaux sociaux en 2022

Facebook :

Créer une page | Communiquer efficacement
Les 10 erreurs à ne pas faire
La Suite Facebook Business

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

Quiz Facebook

Instagram :

Communiquer efficacement | Les 10 erreurs à ne pas faire | Les feeds | Les stories | Les Reels

Quiz Instagram

Les campagnes publicitaires sur Facebook & Instagram :

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

Quiz La publicité sur les réseaux sociaux

Tour d'horizon des autres réseaux sociaux :

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

Les applications externes : créer sa boîte à outils

MODULE 4

Etablir une stratégie Social Media opérationnelle

Benchmark marketing, ligne éditoriale, posséder une stratégie de contenus, 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

MODULE 5

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

Quiz Analyse & marketing d'influence

MODULE 6

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



MODULE 6

Stratégie de blogging

Les avantages du blogging pour booster son business
5 façons de monétiser son blog
Ecrire pour le SEO : bonnes pratiques
Ecrire un long article de blog en 7 étapes

MODULE 7

Organisation & gestion du temps : Le calendrier éditorial

Pourquoi un calendrier éditorial ?
Créer son calendrier éditorial en 10 étapes
Mettre en place des jeux-concours pour animer sa communauté : bonnes pratiques

MODULE 8

Google My Business & e-reputation

Google My Business : l'indispensable visibilité web
Fonctionnement et subtilités
Exploration de l'interface & bonnes pratiques
La réponse aux avis clients : astuces

Les outils indispensables à une bonne veille e-reputation

MODULE 9

Le référencement naturel | SEO

Fonctionnement du référencement (SEM) | Intro

Les bases du SEO : comment ça marche ?
SEO, SEA, SMO, SEM

Les algorithmes majeurs :
Google Panda & Google Penguin
Autres algorithmes

Les 3 piliers majeurs en matière de SEO en 2022 :
Rankbrain, contenu & netlinking

Les bonnes pratiques pour améliorer le référencement d'un site internet :
Check-list des leviers d'optimisation : url | balise Title | Meta description | contenu visuel | Contenu rédactionnel - capsule : 4 outils d'analyse des mots-clés - Netlinking | sécurisation du site | Version responsive...

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

MODULE 10

Le référencement payant | SEA

Google Ads : les bases du SEA | Intro

Fonctionnement

Les types de campagnes & leurs objectifs
Les moyens de paiement
Les enchères
La stratégie de mots-clés
Le tableau de rapports

Les clés pour réussir sa campagne Google Ads

Bonnes pratiques en 10 étapes

Suivi et reporting des résultats

Les coûts d'acquisition | Le CTR | Le CPC | Le budget moyen à prévoir pour atteindre un objectif

Mise en pratique : Calcul du coût d'acquisition et du budget restant pour atteindre un objectif de conversions

Quizz Les Outils Google

MODULE 11

L'élaboration du plan d'actions Webmarketing

L'analyse du contexte webmarketing
Analyse et préconisations : orientations stratégiques
Quels leviers d'acquisition ?
Se fixer des objectifs SMART

Mise en pratique : analyse du contexte d'une entreprise et définition d'objectifs stratégiques

Elaborer le plan d'actions et les moyens à mobiliser
Mise en pratique : Plan d'actions, moyens et choix des leviers d'acquisition, actions à prévoir et budget alloué.

TEMPS D'ECHANGES

Récapitulatif global de l'ensemble des modules vus

Temps d'échanges | Questions réponses
Questionnaire de satisfaction à chaud
Guide de connexion à l'espace membre et présentation de l'ensemble des supports de formation et outils pratiques à télécharger sur le site internet.

Présentation de votre certification :

Lecture du sujet & rappel des délais de rendu

FIN DE LA FORMATION