

OBJECTIFS	<p>Être capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Appliquer les grands principes d'une stratégie de communication en ligne performante et mesurable. • Sélectionner et utiliser les moyens et techniques incontournables de communication et d'animation en ligne. • Suivre et rentabiliser ses investissements de communication en ligne. • Définir les grands axes d'une stratégie de dialogue et d'engagement sur les réseaux sociaux.
PUBLIC	Tout professionnel qui souhaite associer la communication sur Internet à son activité professionnelle, notamment en lien avec le marketing, la communication, la vente, le journalisme, le graphisme et l'administration.
CONTENU	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre comment élaborer une stratégie digitale pour établir un dialogue avec ses audiences. • Concevoir, planifier, lancer et évaluer une campagne de communication web. • Comprendre le rôle du Community Manager pour l'entreprise. • Optimiser son site pour le référencement naturel afin d'augmenter sa visibilité et sa popularité. • Lancer des campagnes de liens sponsorisés pour le référencement payant avec l'outil Google AdWords. • Mesurer ses activités en ligne et analyser le comportement des internautes avec l'outil Google Analytics. • Lancer des campagnes de marketing par email, ciblées et efficaces. • Sélectionner les réseaux sociaux influents actuels et définir les grandes lignes d'une stratégie éditoriale pour constituer et animer des communautés engagées. • Construire des campagnes publicitaires avec l'outil Facebook Business Manager
PRÉ-REQUIS	Aisance dans l'utilisation d'Internet (utilisation des moteurs de recherche, courrier électronique...). Posséder un profil actif et des connaissances utilisateur des principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram et LinkedIn).
MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT	<p>Chaque apport théorique est suivi d'une phase de mise en pratique à travers des exercices appropriés. Trois soirées sont consacrées à la mise en pratique des outils clés du marketing digital actuel : Google AdWords, Google Analytics et Facebook Business Manager.</p> <p>La formation est animée par des formateurs et professionnels spécialisés dans le domaine web.</p>
SUPPORT DE COURS	Tutoriels vidéos, accès valable 1 année
ORGANISATION	La formation est organisée en groupe de 10 participants au maximum.
DURÉE	30 heures effectives réparties sur 10 soirées.
DATES	Se renseigner auprès de l'institut ou consulter notre site internet
HORAIRES	18h00 à 21h15.
PRIX	<p>Cours : Fr. 1'500.-</p> <p>E-learning (en option) : Fr. 60.-</p> <p>TOTAL : Fr. 1'560.-</p>
ÉVALUATION DES ACQUIS	L'atteinte des objectifs fait l'objet d'un contrôle régulier, à travers des exercices communs et individuels, permettant à l'apprenant de se situer.

MARKETING DIGITAL & RÉSEAUX SOCIAUX - BASE

STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE ET RÉSEAUX SOCIAUX

PAGE 2

**ATTESTATION ET
CERTIFICATION**

Un certificat est délivré au terme de la formation lorsque les critères suivants sont remplis :

- un taux de présence au cours de 80% minimum.
- un taux de réussite au test QCM de 70% minimum.
- une participation active aux exercices et ateliers de mise en pratique.

Dans le cas où ces conditions ne sont pas remplies, le certificat est remplacé par une attestation dans laquelle figure le nombre de jours de présence du participant.
