

OBJECTIFS

Être capable de :

- Élaborer une stratégie de communication en ligne performante et mesurable.
- Sélectionner et utiliser les différents moyens et techniques de communication et d'animation en ligne.
- Optimiser et rentabiliser ses investissements de communication en ligne.
- Etablir une stratégie de dialogue et d'engagement adaptée aux communautés 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 ou encore l'administration.

CONTENU

- **Marketing digital** - Définir ses audiences avec les Personas afin d'établir une relation avec ses clients ou prospects
- **Communication digitale** - Accroître sa visibilité pour développer sa notoriété et ses objectifs commerciaux par des actions ciblées
- **Rédaction web** - Travailler sa stratégie de contenus et rédiger pour attirer l'attention et convaincre les utilisateurs
- **Marketing de contenu** - Placer le consommateur au centre de ses contenus et augmenter la crédibilité de son entreprise
- **Inbound marketing** - Profiter des différents canaux de communication pour intéresser ses prospects et les transformer en clients
- **Réseaux sociaux** – Connaître les spécificités de chaque réseau et réaliser la stratégie sociale de son entreprise
- **Social Ads** - Gérer des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux pour toucher et engager ses communautés
- **SEO** - Optimiser la rédaction des textes d'un site pour en favoriser le référencement naturel
- **SEA** - Construire une campagne de référencement payant (search et display) avec l'outil Google Ads
- **Google Analytics** - Evaluer la portée de ses activités en ligne et analyser le comportement des consommateurs avec l'outil Google Analytics
- **E-mailing** - Créer des campagnes d'e-mailing ciblées et performantes
- **E-commerce** - Faire connaître son e-shop et mettre en place une stratégie de vente en ligne
- **Objectifs web** - Définir des objectifs quantitatifs (conversions) et qualitatifs (notoriété, image)
- **Cas pratique** - projet de groupe ayant pour objectif d'analyser la problématique d'une entreprise, de définir une stratégie digitale et de la présenter

PRÉ-REQUIS

Aisance dans l'utilisation d'Internet (utilisation des moteurs de recherche, courrier électronique...).
 Posséder un profil actif et des connaissances utilisateur des réseaux sociaux (Facebook, Instagram et LinkedIn).
 Français courant (la formation est uniquement animée en français); compréhension écrite de l'anglais un atout

Pour les cours animés en présentiel (sessions de Lausanne et certains jours des sessions de Genève), la formation requiert l'utilisation d'un ordinateur portable personnel.

Pour les cours animés à distance (certains jours des sessions de Genève uniquement), la formation requiert un ordinateur équipé d'une webcam et d'une connexion Internet de bonne qualité.

MÉTHODES**D'ENSEIGNEMENT**

Chaque apport théorique est suivi d'une phase de mise en pratique à travers des exercices appropriés.

La formation est animée par des formateurs et professionnels spécialisés dans les différentes techniques du marketing digital.

SUPPORT DE COURS

Supports de cours et ressources via notre plateforme e-learning, accès valable 1 année.

ORGANISATION	La formation est organisée en groupe de 20 participants au maximum.
DURÉE	12 jours complets (dont 1 jour consacré au travail d'atelier certifiant), soit un total de 84 heures effectives de cours : présentiel (Vd) ou mixte (Ge) avec certains jours de cours en présentiel et d'autres à distance (via Zoom), selon planning. + en option*: 1 demi-journée supplémentaire de coaching préparatoire à la certification professionnelle Google Analytics, à distance (via Zoom).
HORAIRES	Jours complets : 8h45 - 12h30 et 13h45 - 17h30, soit 7 heures effectives par jour
DATES	Se renseigner auprès de l'institut ou consulter notre site Internet
PRIX	Cours : Fr. 3'000.- (accès à notre plateforme e-learning inclus) *Coaching certification Google Analytics : Fr. 250.- (en option) TOTAL : Fr. 3'250.-
ÉVALUATION DES ACQUIS	L'atteinte des objectifs fait l'objet d'un contrôle régulier, à travers des cas pratiques communs et individuels ainsi que des QCM journaliers de révision, permettant à l'apprenant de se situer.
ATTESTATION ET CERTIFICATION	<p>Un certificat de module «Marketing digital & réseaux sociaux» est délivré au terme de la formation lorsque les critères suivants sont remplis :</p> <ul style="list-style-type: none">• Un taux de présence au cours de 80% minimum.• Un taux de réussite au test QCM de 70% minimum• La validation du projet d'atelier certifiant en sous-groupe à la fin de la formation <p>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.</p>