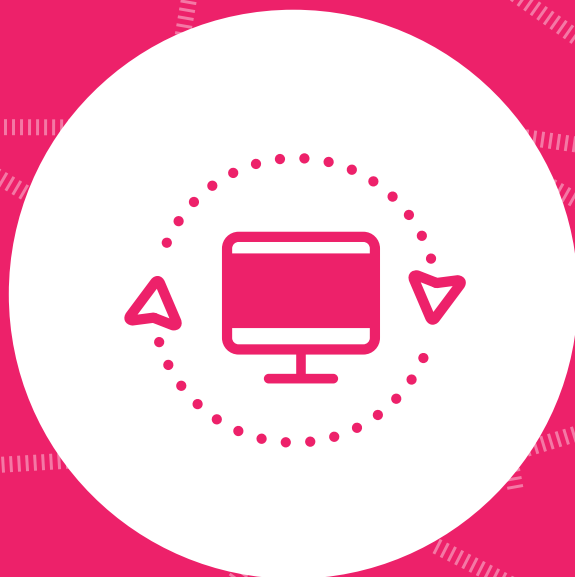


LA TRANSFORMATION DIGITALE





13 Mars 2020



1 jour



Paris

**PERSONNES CONCERNÉES**

Dirigeants, responsables marketing, communication et digital

**PÉDAGOGIE**

- Ateliers pratiques
- Apports théoriques

**PRÉ-REQUIS**

Aucun

**INTERVENANTS**

Consultant spécialisé

TARIFS**TARIF ADHÉRENT**

490€

350€

net par participant hors frais d'hébergement, de repas et de déplacement.

FORMATION EN INTRA SUR DEMANDE

Renseignements et inscriptions :

assistante@cheops-ops.org
01 44 23 76 06

OBJECTIFS

- **Comprendre les spécificités** de la communication digitale
- **Savoir intégrer le digital** dans sa stratégie de communication
- **Construire son plan** de communication digitale
- **Savoir mesurer la performance** de votre stratégie de communication digitale

PROGRAMME

- 1. Repères et tendances de la communication digitale**
 - Spécificités de la communication digitale
 - Chiffres clés de la communication digitale
- 2. Diagnostic de communication digitale**
 - Audit de site Web
 - Cas pratique : réaliser un SWOT de communication digitale
- 3. Définition des objectifs, des cibles et plan de communication**
 - Définir des objectifs hiérarchisés
 - Définir un plan de communication digitale
- 4. Intégrer son site Web dans sa stratégie**
 - Atelier pratique : Réussir son site Web en 10 étapes
 - Réaliser un projet digital avec Scrum
- 5. Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie**
 - Définir une ligne éditoriale par média social
 - Les facteurs clés de succès : programmation éditoriale
- 6. Intégrer le référencement dans sa stratégie**
 - Référencement dans Google : SEO, SEA...
 - Référencement dans Google MyBusiness
- 7. Intégrer la newsletter dans sa stratégie**
 - Définir un plan éditorial par newsletter
 - Les facteurs clés de succès : 4 éléments incontournables, A/B testing
- 8. Intégrer la publicité dans sa stratégie**
 - Identifier les leviers publicitaires selon les objectifs
 - Revue des offres publicitaires : display, OPS, vidéos, médias sociaux...
- 9. Mesurer la performance de sa stratégie**
 - Définir des indicateurs par objectif et par levier
 - Atelier pratique : créer votre tableau de bord



03 Avril 2020



1 jour



Paris

**PERSONNES CONCERNÉES**

Dirigeants, chargés de communication

**PÉDAGOGIE**

- Ateliers pratiques
- Apports théoriques

**PRÉ-REQUIS**

Aucun

**INTERVENANTS**

Consultant spécialisé

TARIFS**TARIF ADHÉRENT**

490€

350€

net par participant hors frais d'hébergement, de repas et de déplacement.

FORMATION EN INTRA SUR DEMANDE

Renseignements et inscriptions :

assistante@cheops-ops.org
01 44 23 76 06

OBJECTIFS

- **Comprendre les spécificités** du Web social professionnel
- **Maîtriser le vocabulaire de base**, appropriation des règles et fonctionnalités
- **Prendre en main les principaux** médias et réseaux
- **Savoir mesurer la performance** de votre présence sur les médias sociaux

PROGRAMME

- 1. Introduction : les médias et réseaux sociaux en B2B**
 - Chiffres clés et repères : place du B2B dans les médias et réseaux sociaux
 - Panorama des médias et réseaux sociaux en B2B
 - Les usages selon les fonctions dans l'entreprise
 - Corporate branding, professional branding et personal branding
- 2. LinkedIn**
 - Créer et valoriser une page Entreprise sur LinkedIn : créer une page Entreprise, Vitrine ou Affiliée, créer un groupe de discussion, les règles de publication, statistiques, ...
 - Définir une stratégie éditoriale sur LinkedIn : définir une ligne et un plan éditorial, stratégie d'influence, community management, synergies avec les commerciaux et managers de l'entreprise, organisation, ...
 - Gérer et développer sur LinkedIn : sa visibilité, son carnet d'adresses, sa veille professionnelle et sa recherche d'emploi
 - Comment interagir sur LinkedIn : demandes de connexion, mise en relation, messagerie, ...
- 3. Twitter**
 - Découvrir Twitter et son intérêt selon ses objectifs en B2B
 - Créer et développer la visibilité de son compte professionnel
- 4. Les blogs B2B**
 - Créer et développer la visibilité de son blog d'expert professionnel
 - Gagner en visibilité : référencement, influenceurs
- 5. Les autres médias sociaux utiles en B2B**
 - YouTube, Pinterest, Facebook en B2B, Viadeo
- 6. Les outils de gestion des médias et réseaux sociaux**
 - Les outils de publication multi-comptes
 - La mesure de performance
 - Créer votre tableau de bord du SEO



20 Octobre 2020



1 jour



Paris



PERSONNES CONCERNÉES

Responsables marketing, communication et digital, webmaster, responsables référencement ou acquisition de trafic



PÉDAGOGIE

- Atelier pratique
- Apports théoriques



PRÉ-REQUIS

Aucun



INTERVENANTS

Consultant spécialisé

TARIFS

TARIF ADHÉRENT**490€** | **350€**

net par participant hors frais d'hébergement, de repas et de déplacement.

FORMATION EN INTRA SUR DEMANDE



Renseignements et inscriptions :

assistante@cheops-ops.org
01 44 23 76 06

OBJECTIFS

- **Savoir définir une stratégie** de référencement selon vos objectifs
- **Savoir définir et mettre en œuvre** votre plan d'action de référencement
- **Savoir analyser** les résultats du référencement

PROGRAMME

- 1. Les atouts du référencement pour votre site Web**
 - Comprendre le fonctionnement de Google
 - Caractériser les sources de trafic vers un site Web : Outbound / Inbound marketing
 - Positionner référencement naturel (SEO) et référencement payant (SEA)
- 2. Un nouvel environnement : le Web sémantique**
 - Voir votre site Web du point de vue de Google
 - Définir votre univers sémantique
 - Définir votre univers concurrentiel
 - Comprendre les notions d'intérêt et de faisabilité
- 3. L'optimisation du contenu**
 - Structurer les contenus
 - Rédiger pour Google
 - Organiser le plan du site
- 4. L'optimisation du code**
 - Optimiser les balises <title>
 - Optimiser les balises <h1> à <h6>
 - Optimiser les balises <meta description>
- 5. L'optimisation de la conception**
 - Optimiser la compatibilité mobile
 - Optimiser les formats d'URL
 - Optimiser les liens internes
- 6. L'optimisation de la célérité**
 - Comprendre l'indice de popularité
 - Définir un bon lien
 - Atelier pratique : diagnostic de la célérité de votre site Web
- 7. L'évolution de l'indexation de Google**
 - Gérer l'indexation des pages
 - Optimiser la structure du site
 - Gérer le https
- 8. Le suivi de la performance**
 - Suivre l'analyse concurrentielle
 - Suivre l'analyse de popularité
 - Référencement naturel et ROI



PERSONNES CONCERNÉES

Responsables marketing, communication et digital, webmaster, responsables des contenus



PÉDAGOGIE

- Atelier pratique
- Apports théoriques



PRÉ-REQUIS

Aucun



INTERVENANTS

Consultant spécialisé

TARIFS

TARIF ADHÉRENT

490€

350€

net par participant hors frais d'hébergement, de repas et de déplacement.

OBJECTIFS

- **Savoir définir une stratégie** éditoriale selon vos objectifs
- **Savoir définir et mettre en œuvre** votre plan d'action éditorial
- **Savoir adapter l'écriture** à tous les médias et à tous les écrans
- **Savoir mesurer la performance** de vos contenus

PROGRAMME

- Définir votre stratégie éditoriale**
 - Connaître ses internautes
 - Objectifs visés par le contenu éditorial
- Maîtriser les règles générales de lecture Web**
 - Diversité des audiences Web
 - Lecture en ligne
- Maîtriser les règles générales d'écriture Web**
 - Une écriture de l'action
 - Une écriture de l'utilité
 - Une écriture de la précision
- Créer des contenus de qualité**
 - Créer un plan éditorial
 - Créer des rubriques
 - La pyramide inversée
- Écrire pour le Web et le SEO**
 - Comprendre la logique du référencement naturel
 - Connaître les critères de référencement
- Écrire pour le Web, le mobile, le vocal et les médias sociaux**
 - Écriture et images
 - Écriture et vidéos
 - Écriture et smartphone
- Piloter la production éditoriale**
 - Étapes clés de la réalisation
 - Focus : les chartes éditoriales
 - Définir la structure des contenus : arborescence, navigation...
 - Établir une feuille de style éditoriale
- Mesurer la performance des contenus**
 - Analyser la performance des contenus sur le Web
 - Analyser la performance des contenus sur les médias sociaux

FORMATION EN INTRA SUR DEMANDE



Renseignements et inscriptions :

assistante@cheops-ops.org

01 44 23 76 06