



les journées
connectées

SEO



Catalogue des Formations

AU PROGRAMME

Référencement Naturel

- + **Le Référencement** *initiation* 04
- + **La Recherche Universelle** 06
- + **Le Netlinking** 08
- + **Les Critères techniques** *liés au référencement* 10

Web Analytics

- + **Google Analytics** *initiation* 13
- + **Google Analytics** *niveau confirmé* 15

Liens Sponsorisés

- + **Google Adwords** *initiation* 18
- + **Google Adwords** *niveau confirmé* 20

Emailing

- + **Emailing** *initiation* 23
- + **Emailing** *design-intégration-HTML* 25

Médias Sociaux

- + **Community Management** *développer, animer & monitorer* 28
- + **Les Médias Sociaux** *et leur impact sur la communication* 30
- + **Relations Publiques 2.0** *et gestion d'e-réputation* 32
- + **Concevoir sa Stratégie** *d'engagement sur les médias sociaux* 34

Contenu Digital

- + **Concevoir sa Stratégie** *de contenu digital* 37
- + **Réussir son Blog** *d'entreprise* 39
- + **Optimiser sa Présence Digitale** *par la social media optimization* 41
- + **Maîtriser la Rédaction Digitale** 43

SEO

Référencement Naturel

LE RÉFÉRENCEMENT

INITIATION



POURQUOI ?

Le référencement naturel est un levier indispensable vous permettant d'acquérir du trafic qualifié pour votre site internet. Découvrez les critères pris en compte par les moteurs de recherche pour booster votre visibilité.



POUR QUI ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant découvrir le référencement naturel. Les profils concernés sont les webmasters, les développeurs, les chefs de projet marketing et les directeurs marketing.

APPRENTISSAGES

- + Intégrer les principes et enjeux du référencement naturel dans la stratégie d'acquisition de trafic
- + Réaliser une étude sur l'optimisation de votre site en SEO
- + Définir une stratégie de mots clés pertinente pour votre site
- + Assimiler les différents critères à travailler pour améliorer vos résultats
- + Sensibiliser les différents rédacteurs à optimiser vos contenus pour être visible
- + Choisir les bons critères et outils d'analyse de votre visibilité



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée

Lieu : Open Linking

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Définition

Définition du SEO

Différents outils de recherche : moteurs, annuaires, hybrides

Les principaux acteurs : Google, Bing

Historique et évolution

Enjeux et concepts

Enjeux du SEO

Introduction aux comportements de recherche

Différenciation des acronymes SEO, SEA, SMO

Exploration, indexation, recherche

Répartition des critères

Les critères à prendre en compte

La structure du site

Les contenus

Comment travailler ses liens

Les réseaux sociaux

Analyse des mots clés recherchés

Le brainstorming en SEO

Le test de mots clés : méthode et outils

Les tendances de recherche des internautes

L'évaluation et qualification des mots clés

Rédaction de contenu

L'intérêt des contenus

Optimisation du texte

Comment bien optimiser vos titre et meta description

Le principe de la pyramide inversée

La duplication de contenu

Atelier : Comment définir sa stratégie SEO

Google Suggest

Recherche associée

Google Insight

Bing



LE FORMATEUR

Roland Debrabant

- + *Gérant de la société et consultant en acquisition de trafic*
- + *Animateur de conférence sur le référencement naturel*
- + *Intervenant universitaire*



OPEN LINKING



41 rue du Général de Gaulle

59110 La Madeleine

tél +33 (0)3 20 74 03 24

e-mail formation@open-linking.com

site web open-linking.com

LA RECHERCHE UNIVERSELLE



POURQUOI ?

Popularisée en mai 2007 par Google, la recherche universelle désigne cette avancée majeure des moteurs de recherche à ajouter des résultats complémentaires provenant d'autres sources que des sites web telles que : photos, vidéos, actualités, plans, blogs, horaires, shopping, finances, etc.



POUR QUI ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant utiliser l'ensemble des outils proposés par les moteurs de recherche pour multiplier vos chances d'être visible sur vos mots clés. Les profils concernés sont les webmasters, les chefs de projet marketing, les consultants en acquisition de trafic et les directeurs marketing.

APPRENTISSAGES

- + Utiliser les différents services de Google
- + Adopter la recherche universelle pour la stratégie d'acquisition de trafic
- + Ouvrir les différents comptes associés à la recherche universelle
- + Définir les différents intervenants pour mettre en œuvre les flux Shopping
- + Etablir une nouvelle structure dans les pages de votre site
- + Anticiper les prochaines évolutions des moteurs de recherche



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée
Lieu : Open Linking

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Le comportement des internautes

*Comportement sur une page de recherche classique
Comportement sur une page de recherche universelle*

La recherche universelle

*Définition de la recherche universelle
Exemple de résultats Google
Utilisation des services de Google*

Les outils de formatages de vos requêtes

*Définitions de Google Suggest & la recherche associée
Comment utiliser ses outils pour votre stratégie SEO ?*

Personnalisation des résultats

*Comment les moteurs de recherche
personnalisent vos résultats ?
Comment en échapper ?
Comment en tirer bénéfices ?*

Référencement Google Places

*Définition de Google Places
Quels sont les avantages pour votre entreprise ?
Quels sont les critères à prendre en compte ?
Comment l'utiliser pour Google Adword ?
Comment l'utiliser pour Google Shopping
achat à proximité ?*

Google un comparateur de prix

*Définition de Google Shopping
Quels sont les attributs obligatoires pour votre site ?
Comment inscrire son site sur Google Shopping ?
Comment l'utiliser pour Google Shopping
achat à proximité ?*

L'évolution de Google Shopping : achat à proximité

*Définition de Google Shopping : achat à proximité
Comment ouvrir un compte
Comment paramétrer son compte*

Les rich snippets

*Définition des rich snippets
Comment s'affichent-ils dans les résultats
des moteurs de recherche
Définition des micro-formats, RDFa
Les critères à prendre en compte
Comment déclarer son site compatible avec les
moteurs de recherche ?*

Les vidéos

*L'intérêt de diffuser ses vidéos
Positionner vos vidéos sur vos mots clés*



LE FORMATEUR

Roland Debrabant

- + Gérant de la société et consultant en acquisition de trafic
- + Animateur de conférence sur le référencement naturel
- + Intervenant universitaire



41 rue du Général de Gaulle
59110 La Madeleine
tél +33 (0)3 20 74 03 24
e-mail formation@open-linking.com
site web open-linking.com

LE NETLINKING



POURQUOI ?

Le Netlinking est un sujet tabou souvent décrié par les référenceurs et moteurs de recherche. Cette méthode consiste à acquérir des nouveaux liens entrants vers son site pour améliorer sa popularité et indirectement son positionnement dans les moteurs de recherche. Découvrez dans cette formation les différentes formes de Netlinking pour en tirer les bénéfices.



POUR QUI ?

Cette formation s'adresse aux personnes ayant des notions en référencement naturel et souhaitant découvrir le Netlinking. Les profils concernés sont les webmasters, les chefs de projet et les responsables de site.

APPRENTISSAGES

- + Connaître les différentes techniques pour acquérir des nouveaux liens
- + Définir une stratégie cohérente en Netlinking
- + Optimiser vos résultats en fonction des méthodes utilisées
- + Mesurer l'impact de vos campagnes de Netlinking



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée
Lieu : Open Linking

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Internet et le netlinking

*La notion de liens
Définition du Netlinking
Son rôle dans le référencement*

L'importance du netlinking

*L'avis de Google
Historique du Google Bombing
La différence entre LinkNinja et LinkBaiting*

Les liens comme critères SEO

*Le Google PageRank
La qualité des liens : code, ancre, attribut nofollow
Le Netlinking interne
La dilution du PageRank*

L'intérêt des liens

*Comment identifier un bon lien ?
Qu'est ce qu'un mauvais lien ?
Comment identifier un bon partenaire ?*

Les méthodes de linkninja

*A qui cela s'adresse ?
Comment définir sa stratégie ?
L'intérêt des annuaires
Diffuser des communiqués de presse
Les différents échanges possibles avec un site*

Les méthodes de LinkBaiting

*A qui cela s'adresse ?
Comment définir sa stratégie de LinkBaiting ?
Les différentes formes de buzz
Créer l'amorce du buzz*

Le rôle des réseaux sociaux

*L'impact des réseaux sociaux sur vos résultats
Twitter, Facebook, Google +
Anticiper les évolutions*

La mesure de vos résultats

*La commande link est-elle fiable ?
Les différents outils de mesure
Définissez vos KPI en fonction des stratégies*



LE FORMATEUR

Roland Debrabant

- + *Gérant de la société et consultant en acquisition de trafic*
- + *Animateur de conférence sur le référencement naturel*
- + *Intervenant universitaire*

 OPEN LINKING



41 rue du Général de Gaulle
59110 La Madeleine
tél +33 (0)3 20 74 03 24
e-mail formation@open-linking.com
site web open-linking.com

LES CRITÈRES TECHNIQUES

LIÉS AU RÉFÉRENCIEMENT



POURQUOI ?

Le référencement naturel est devenu un levier incontournable de génération de trafic. Au fil des années, les méthodes ont évolué et il est nécessaire de travailler l'environnement technique d'un site pour booster vos résultats. Cette formation vous servira à identifier vos freins, comprendre la crawlabilité des moteurs de recherche et mettre en place des techniques avancées.

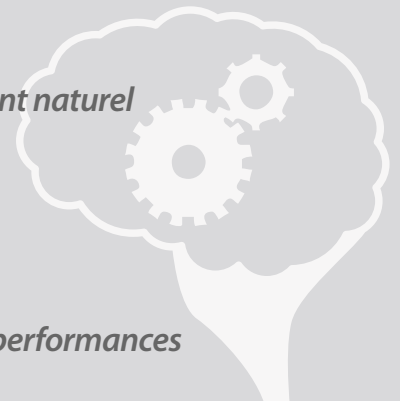


POUR QUI ?

Cette formation s'adresse aux personnes ayant de bonnes bases en référencement naturel et de bonnes connaissances techniques. Les profils concernés sont les développeurs, les directeurs techniques, les responsables SEO, les consultants en acquisition de trafic et les responsables de sites grands comptes.

APPRENTISSAGES

- + *Connaitre les différents termes techniques associés au référencement naturel*
- + *Comprendre la crawlabilité des moteurs de recherche*
- + *Optimiser vos ressources serveurs pour améliorer vos résultats*
- + *Mettre en place des techniques avancées en référencement naturel*
- + *Eviter de tomber sur des méthodes frauduleuses*
- + *Adopter des nouveaux logiciels vous permettant de monitorer vos performances*



EN PRATIQUE

Durée : 2 journées
Lieu : Open Linking

 x1
1 300 € HT

 x2
2400 € HT
réduction de 200 € HT

 x3
3500 € HT
réduction de 400 € HT

 x4
4600 € HT
réduction de 600 € HT

 x5
5700 € HT
réduction de 800 € HT

LE PROGRAMME

Connaitre les différents critères en référencement

Remise à niveau technique
Etude des différents critères de référencement
Comment interpréter son PageRank ?

Détecter les différents freins techniques

Les frames
Javascript, flash et ajax
La duplication de contenu
La balise canonical
Accès par mot de passe

Les optimisations éditoriales

L'optimisation de texte
L'arborescence du site et l'organisation de l'information
Le cas de l'optimisation éditoriale d'une page
La gestion du duplicate content
Intégrer les microformats
L'analyse de texte par les moteurs

Optimiser vos ressources serveurs

L'hébergement & performance de site
Les entêtes http
Mesurer le poids de vos pages
Comment optimiser les ressources de vos pages ?
Les redirections
Les sessions

Améliorer la crawlabilité de vos pages

L'optimisation du code source

Les contenus accessibles (aux moteurs)
Utiliser le bot herding : robots.txt, balises moteurs,
Webmaster tools
Les méthodes de siloing
Travailler son PageRank Sculting
Optimiser son PageRank Modeling

Ne jouez pas avec le feu

Définition du Black Hat
Le cloacking
Le content spinning
Spamming commentaire
Les liens cachés
Les pages satellites

La boîte à outils

Lynx viewer
Firebug
Yslow

L'intérêt de Google Webmaster Tools

Définition de Google Webmaster Tools
L'intérêt de l'outil
Les limites de l'outil

Etude des logs

Décrypter les logs
Les différents outils de lecture de logs
Caractériser le comportement du crawl
Identifier les problèmes techniques



LE FORMATEUR François Bontemps

- + Consultant en acquisition de trafic
- + Certifié « Spécialiste Adwords »
- + Responsable de la R&D



 OPEN LINKING

41 rue du Général de Gaulle
59110 La Madeleine
tél +33 (0)3 20 74 03 24
e-mail formation@open-linking.com
site web open-linking.com



Web Analytics

GOOGLE ANALYTICS

INITIATION



POURQUOI ?

Les Web Analytics sont des outils qui vous permettent d'analyser différentes données de votre site Internet. Il est maintenant possible de mesurer l'audience de votre site mais également le parcours de vos internautes et le chiffre d'affaire généré sur une période définie. L'objectif de cette formation est de vous faire découvrir l'outil Google Analytics pour vous rendre autonome dans l'extraction et l'interprétation des résultats.

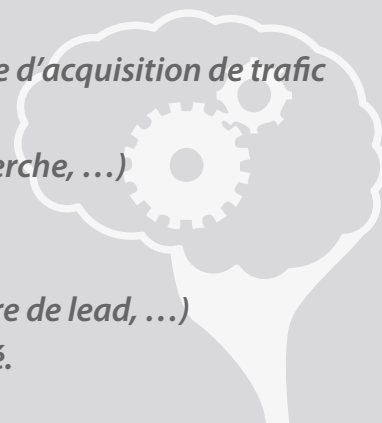


POUR QUI ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant découvrir les différentes fonctionnalités des outils de mesure Analytics. Les profils concernés sont les chefs de projet, les webmasters, les consultants en génération de trafic et les directeurs e-commerce.

APPRENTISSAGES

- + *Intégrer les principes et enjeux du WebAnalytics dans la stratégie d'acquisition de trafic*
- + *Etudier le parcours des visiteurs de votre site internet*
- + *Analyser vos sources de trafic (site partenaires, moteurs de recherche, ...)*
- + *Définir le chemin de navigation de vos internautes*
- + *Comprendre et interpréter le taux de rebond*
- + *Tracker et suivre vos conversions (nombre de commande, nombre de lead, ...)*
- + *Assimiler les différents tableaux pour mieux piloter votre activité.*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée
Lieu : Open Linking

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Fonctionnement de l'outil

Définition d'un outil WebAnalytics
La différence entre Sitecentic et Usercentric
Définition d'une visite

Installer Google Analytics

Comment créer un compte ?
Comment Google Analytics mesure votre audience
Vérifier l'installation de la mesure d'audience

Analyse des visiteurs

Qui sont vos internautes ?
Vos internautes vous sont fidèles ?
Comprendre l'environnement de vos internautes

Analyse des sources

Accès direct & trafic de marque
Sites référents : qui sont vos vrais partenaires ?
Mesurer l'audience de votre référencement naturel
Autres sources de trafic

Analyse des pages visitées

Suivre les pages les plus visitées
Les pages d'entrées et de sorties
Identifier les requêtes de votre moteur de recherche interne

Configuration des conversions

Comment bien mesurer vos conversions ?
Ajouter un suivi des événements
Mesurer votre chiffre d'affaire au quotidien

Le plan de taggage

Identifier le trafic de Google Adwords
Mesurer l'impact de vos campagnes d'emails
Tracker les autres sources
(comparateurs, réseaux sociaux...)

Générer votre tableau de bord

Exporter vos données
Créer un rapport personnalisé
Gérer vos alertes



LE FORMATEUR François Bontemps

- + Consultant en acquisition de trafic
- + Certifié « Spécialiste Adwords »
- + Responsable de la R&D

 OPEN LINKING



41 rue du Général de Gaulle
59110 La Madeleine
tél +33 (0)3 20 74 03 24
e-mail formation@open-linking.com
site web open-linking.com

GOOGLE ANALYTICS

NIVEAU CONFIRMÉ



POURQUOI ?

Les Web Analytics sont des outils indispensables d'analyse et de prise de décision stratégique pour un site Internet. L'objectif de la formation est de connaître les paramètres avancés de l'outil Google Analytics pour permettre d'analyser en profondeur les données de trafic d'un site Internet.

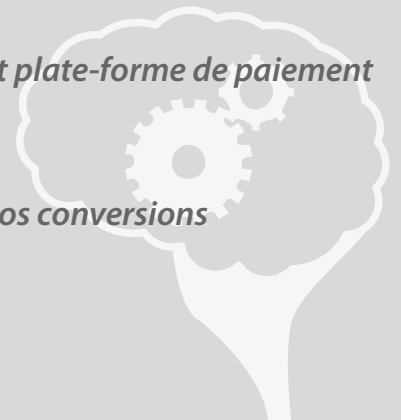


POUR QUI ?

Cette formation s'adresse à toute personne utilisant déjà Google Analytics et souhaitant approfondir les différentes fonctionnalités de l'outil de mesure. Les profils concernés sont les chefs de projet, les webmasters, les consultants en génération de trafic et les directeurs e-commerce.

APPRENTISSAGES

- + *Installation avancée de Google Analytics sur les sous domaine et plate-forme de paiement*
- + *Identifier des indicateurs de réussites*
- + *Réussir son plan de taggage*
- + *Etudier le comportementale de vos internautes pour optimiser vos conversions*
- + *Initiation aux filtres et ses expressions régulières*
- + *L'ajout des segments pour affiner son analyse*
- + *Créer des rapports et des alertes personnalisés*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée

Lieu : Open Linking

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Préambule

*Le fonctionnement de l'outil
La différence entre Sitecentric et Usercentric
La différence avec les autres outils du marché*

Installation avancée

*Les profils et les droits
Code de suivi asynchrone
Scénarios d'implémentation avancés*

Les principaux KPI

*Le tableau de bord
Les visiteurs
Les sources
Le contenu*

Le plan de tagguage

*Concepts de campagnes
Structure des sources
Optimisation de campagnes par canal
(e-mail, réseaux sociaux, affiliation, etc.)
Attribution première/dernière campagne, cookies*

Suivre les conversions

*Principe général
Les objectifs
Les évènements
Les modules e-commerce*

L'analyse avancée

*Les filtres Analytics
Les rapports personnalisés
Les segments avancés*

Rapports et alertes

*Exporter et mettre en forme
Programmer des rapports
Créer des alertes personnalisées*



LE FORMATEUR

François Bontemps

- + *Consultant en acquisition de trafic*
- + *Certifié « Spécialiste Adwords »*
- + *Responsable de la R&D*





Liens Sponsorisés

GOOGLE ADWORDS

INITIATION



POURQUOI ?

Les campagnes de liens sponsorisés sont un moyen simple et efficace d'être rapidement visible sur les moteurs de recherche. Etre premier sur vos mots clés peut paraître séduisant mais il faut connaître les rouages de l'outil pour bien dépenser et assurer un retour sur investissement. L'objectif de la formation est de vous faire découvrir la plateforme de publicité Google Adwords pour devenir autonome et être capable de créer une campagne rentable.



POUR QUI ?

Cette formation s'adresse aux personnes ayant quelques notions en acquisition de trafic et souhaitant manipuler de façon autonome ses campagnes Adwords. Les profils concernés sont les webmasters, les chefs de projet et les responsables de site.

APPRENTISSAGES

- + *Intégrer les principes et enjeux des liens sponsorisés dans la stratégie d'acquisition de trafic*
- + *Lancer votre première campagne de liens sponsorisés*
- + *Manipuler les outils de Google Adwords*
- + *Assimiler les différents critères à travailler pour améliorer vos résultats*
- + *Organiser l'arborescence de vos campagnes pour économiser vos dépenses*
- + *Mesurer la rentabilité de vos campagnes*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée

Lieu : Open Linking

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Définition

Définition des liens sponsorisés
Comprendre la différence entre SEM et SEA
Comment fonctionne le classement des annonces
Est-ce que les liens sponsorisés impactent votre référencement naturel ?

Faire ses premiers pas

Comment créer un compte Adword
Les différents obstacles à la création d'un compte
Comment attribuer des accès pour d'autres utilisateurs

L'arborescence : la clé du succès

Choix des campagnes à créer
Comment bien rédiger ses annonces
Les règles à respecter

Les campagnes de Search

Pourquoi et comment diffuser sur les partenaires de Google
Sélectionner ses mots-clés pour être rentable
Rédiger les annonces : les pièges à éviter
Choisir les pages de destination

Les campagnes de Display

Sélectionner ses mots-clés et ses sites
Créer des bannières ou des annonces
Choisir les pages de destination

Configuration des campagnes

Ajouter un suivi des conversions
Déterminer sa cible
Optimiser la fréquence de vos diffusions

Optimiser une campagne

Analyser la rentabilité de vos mots-clés
Analyser la rentabilité de vos annonces
Les best practices

Générer un rapport

Créer un rapport sur Google Adwords
Envoi des rapports par email
Analyser le trafic sur Google Analytics

Atelier : Manipulation d'une campagne existante

Réflexion sur l'arborescence
Recherche de mots clés
Les pièges à éviter



LE FORMATEUR François Bontemps

- + Consultant en acquisition de trafic
- + Certifié « Spécialiste Adwords »
- + Responsable de la R&D



GOOGLE ADWORDS

NIVEAU CONFIRMÉ



POURQUOI ?

Les campagnes de liens sponsorisés sont un levier de trafic incontournable pour les sites Internet, l'augmentation croissante des annonceurs amplifie de plus en plus la concurrence sur chaque requête. Afin de préserver son retour sur investissement, il est désormais indispensable de maîtriser parfaitement toutes les optimisations à mettre en place. L'objectif de la formation est d'approfondir l'analyse et les optimisations à mettre en place sur la plateforme de publicité Google Adwords.



POUR QUI ?

Cette formation s'adresse aux personnes utilisant régulièrement Google Adwords et souhaitant approfondir leurs compétences sur l'optimisation des campagnes. Les profils concernés sont les webmasters, les chefs de projet et les responsables de site.

APPRENTISSAGES

- + *Intégrer les principes et enjeux des liens sponsorisés dans la stratégie d'acquisition de trafic*
- + *Connaitre les bonnes pratiques en SEM*
- + *Utiliser l'ensemble des outils de Google Adwords*
- + *Gérer des gros budgets en liens sponsorisés*
- + *Structurer votre campagne pour mieux dépenser*
- + *Gérer une campagne de Search*
- + *Gérer une campagne de Display*
- + *Optimiser vos paramètres de campagne*
- + *Créer des extensions d'annonces*
- + *Définir son audience pour optimiser ses filtres*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée
Lieu : Open Linking

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Définition

Définition des liens sponsorisés
Fonctionnement des enchères
Les chiffres clés

La structure : la clé du succès

L'architecture du compte
Choix des campagnes à créer
Les règles à respecter

Les mots-clés

Sélectionner ses mots-clés pour être rentable
Les différents types de ciblage
Trouver des mots-clés

Les annonces textuelles

Règles d'écriture
L'utilisation de {Keyword}
La page de destination
L'utilisation des marques

Les campagnes de Display

Sélectionner des mots-clés ou des sites
Créer des bannières ou des annonces
Choisir les pages de destination

Paramétrer chaque campagne

Définir un budget
Déterminer sa cible
Optimiser la fréquence de vos diffusions

Analyser sa rentabilité

Le suivi des conversions
Les KPI à suivre
La complémentarité de Google Analytics

Optimiser une campagne

Travailler la saisonnalité
Augmenter son Quality Score
Les mots-clés négatifs
Les règles automatiques

Les modules annexes

Les extensions
Le retargeting

Générer les reportings

Créer un rapport sur Google Adwords
Envoi des rapports par email

Atelier : Manipulation d'une campagne existante

Réflexion sur l'arborescence
Recherche de mots clés
Les pièges à éviter



LE FORMATEUR

François Bontemps

- + Consultant en acquisition de trafic
- + Certifié « Spécialiste Adwords »
- + Responsable de la R&D

 OPEN LINKING



41 rue du Général de Gaulle
59110 La Madeleine
tél +33 (0)3 20 74 03 24
e-mail formation@open-linking.com
site web open-linking.com



Emailing

EMAILING

INITIATION



POURQUOI ?

L'emailing est un levier indispensable vous permettant de fidéliser vos internautes/clients. Pour certains annonceurs, il s'agit du levier qui génère la majorité du chiffre d'affaires online. Pour d'autres, il s'agit d'une source de coûts. L'objectif de cette formation est de vous aider à créer ou développer votre stratégie d'email marketing en comprenant tous les tenants et aboutissants de ce canal.



POUR QUI ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant découvrir et piloter ses campagnes d'emailing. Les profils concernés sont les webmasters, les chefs de projet marketing et les responsables internet.

APPRENTISSAGES

- + *Maîtriser les notions et facteurs influençant le Référencement Naturel*
- + *Maîtriser les notions et facteurs influençant le Référencement Social*
- + *Choisir les plateformes-clés pour une stratégie de Social Media Optimization*
- + *Appliquer les meilleures méthodes pour le Référencement Social*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée

Lieu : Open Linking

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

*Qu'est-ce que l'email marketing ?
Quel prestataire choisir ?
Réglementation BtoB/BtoC
La base de données
La délivrabilité
Le Web Analytics et l'emailing
Que doit-on envoyer par email ? A quelle fréquence ? ...
ReMarketing/Replenishment/Trigger Marketing/Jeux-concours/etc
Les réseaux sociaux
Les KPI
Mise en pratique*



LE FORMATEUR

Nicolas Gellens

- + *Consultant en acquisition de trafic*
- + *Responsable de la cellule veille Emailing*



EMAILING

DESIGN-INTÉGRATION-HTML



POURQUOI ?

De nombreux webmasters, webdesigners ou intégrateurs créent des emailings/newsletters sur le même format que leur site web. Or, il existe de nombreuses règles spécifiques à l'email marketing. L'objectif de cette formation est de vous présenter ces différences pour vous aider à optimiser la délivrabilité et le taux de réactivité de vos emails.

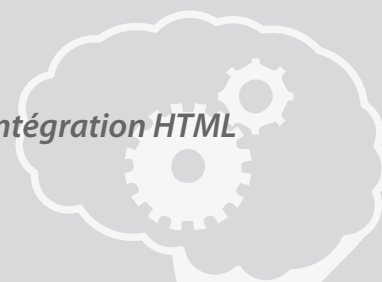


POUR QUI ?

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant découvrir les enjeux du design et de l'intégration HTML d'un emailing dans une stratégie d'amélioration du retour sur investissement. Les profils concernés sont les webmasters, les webdesigners, les intégrateurs, les chefs de projet marketing et les responsables internet.

APPRENTISSAGES

- + *Intégrer les principes et enjeux d'un bon design et d'une bonne intégration HTML*
- + *Comprendre l'impact sur la délivrabilité et le taux de réactivité*
- + *Savoir analyser ses précédents emailings et les optimiser*



EN PRATIQUE

Durée : 1/2 journée

Lieu : Open Linking

 x1
400 € HT

 x2
750 € HT
réduction de 50 € HT

 x3
1100 € HT
réduction de 100 € HT

 x4
1400 € HT
réduction de 200 € HT

 x5
1600 € HT
réduction de 400 € HT

LE PROGRAMME

Les outils

Construire une maquette de votre newsletter

Intégrer votre newsletter – On n'intègre pas un email comme une page web !

Optimiser l'ergonomie

Les spécificités des logiciels de messagerie/webmails

Le monitoring

Mise en pratique



LE FORMATEUR

Nicolas Gellens

- + *Consultant en acquisition de trafic*
- + *Responsable de la cellule veille Emailing*





Médias Sociaux

COMMUNITY MANAGEMENT

DÉVELOPPER, ANIMER & MONITORER



POURQUOI ?

Etre présent sur les Médias Sociaux ne signifie pas avoir une communauté. D'ailleurs, peut-on réellement constituer une communauté de marque, et doit-elle être créée ex-nihilo, ou s'appuyer sur des réseaux existants ? Egalement, quelles sont les bonnes méthodes pour construire une audience engagée et obtenir des résultats ?

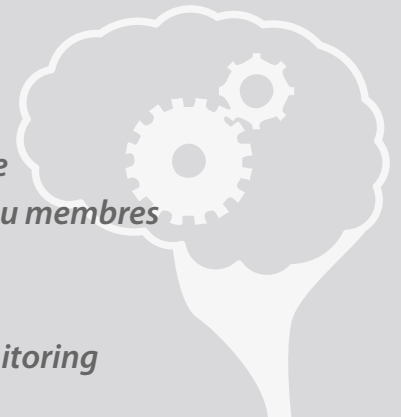


POUR QUI ?

Cette formation est adaptée aux Webmasters, aux Responsables et Chargés de Communication ou de Marketing, aux professionnels du e-Business & e-CRM, et plus largement aux personnes qui souhaitent enrichir leurs compétences en gestion communautaire sur les nouveaux médias, réseaux sociaux en tête.

APPRENTISSAGES

- + Définir le bon profil et les missions du Community Management
- + Recommander le bon dispositif communautaire pour la Marque
- + Construire une stratégie de Community Management pertinente
- + Choisir et planifier les moyens d'acquisition d'utilisateurs, fans ou membres
- + Assurer un cadrage intelligent de la Communauté de Marque
- + Animer une Page Facebook et un Compte Twitter
- + Suivre les bons indicateurs de succès avec les bons outils de monitoring



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée
Lieu : NiceToMeetYou

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Introduction au Community Management

*Qu'est-ce que le Community Management ?
Les différentes « formes » d'une communauté digitale
Focus sur le Community Manager*

Construire une Communauté de Marque

*Peut-on parler de Communauté de Marque ?
7 principes à intégrer dans la culture et l'organisation
Définir la bonne stratégie Communautaire
Atelier : Définir les grandes lignes de l'approche
communautaire de votre Entreprise.*

Recruter une Communauté de Marque

*Les leviers de recrutement
Les investissements temps / budget*

Animer une Communauté de Marque

*Au préalable : rédiger une Charte Communautaire
Principaux modes d'animation communautaire
Principaux modes de modération communautaire
Animer une Page Facebook
Animer un compte Twitter
L'importance des interactions « IRL »
Atelier : Proposer un plan d'animation Facebook
pour votre Entreprise.*

Monitorer une Communauté de Marque

*Principes du Monitoring
Outils de Monitoring*



LE FORMATEUR

Ange Pozzo di Borgo

- + *Fondateur et Planneur Digital de l'agence NiceToMeetYou*
- + *Intervenant en Social Media Marketing à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD Roubaix)*
- + *Accompagne l'Ensemble Orchestral de Paris, Global Voice Group, La Créativallée...*

nicetomeetyou[®]



121 rue Chanzy
Ruche Technologique du Nord
59260 Hellemmes Lille
tél +33 (0)3 20 67 59 23
e-mail nicecontact@ntmy.fr
site web ntmy.fr

LES MÉDIAS SOCIAUX

ET LEUR IMPACT SUR LA COMMUNICATION



POURQUOI ?

Beaucoup de termes sont aujourd'hui utilisés pour désigner la révolution des technologies et des usages sur Internet : Web 2.0, Web Social, Médias Sociaux... Autant d'enjeux et de leviers essentiels qui modifient profondément les modes de communication entre les consommateurs et les marques.

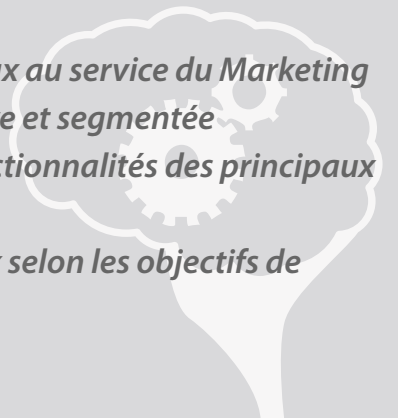


POUR QUI ?

Cette formation est adaptée aux Responsables et Chargés de Communication ou de Marketing, aux professionnels du e-Business & e-CRM, mais aussi aux Dirigeants d'entreprises qui souhaitent développer leurs connaissances des Médias Sociaux (notions, plateformes, usages, leviers-clés), au service de leur stratégie de Communication globale.

APPRENTISSAGES

- + *Véhiculer les notions et enjeux fondamentaux des Médias Sociaux au service du Marketing*
- + *Intégrer les outils, services et leviers existants de façon exhaustive et segmentée*
- + *Cibler en parfaite connaissance des composantes, usages et fonctionnalités des principaux Médias Sociaux*
- + *Proposer les modes de réponse pertinents sur les Médias Sociaux selon les objectifs de communication*
- + *Auditer la présence de Marque sur les Médias Sociaux*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée

Lieu : NiceToMeetYou

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Initiation aux Médias Sociaux

Les mots des Médias Sociaux
Principes des Médias Sociaux
Panorama des Médias Sociaux
Les Forums
Les Blogs & Wiki
Les Plateformes de Partage
Les Réseaux Sociaux
Et sur le Mobile ?

Enjeux pour la Communication

Enjeux en Communication Externe
Enjeux en Communication Interne

Leviers principaux de la Communication sur les Médias Sociaux

Brand Content
Social Media Optimization
Community Management
Marketing Viral
Relations Publiques 2.0
Crowdsourcing

Social Media Diagnostic

Analyses-clés
Résultats



LE FORMATEUR

Ange Pozzo di Borgo

- + *Fondateur et Planneur Digital de l'agence NiceToMeetYou*
- + *Intervenant en Social Media Marketing à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD Roubaix)*
- + *Accompagne l'Ensemble Orchestral de Paris, Global Voice Group, La Créativallée...*

nicetomeetyou[®]



121 rue Chanzy
Ruche Technologique du Nord
59260 Hellemmes Lille
tél +33 (0)3 20 67 59 23
e-mail nicecontact@ntmy.fr
site web ntmy.fr

RELATIONS PUBLIQUES 2.0

& GESTION D'E-RÉPUTATION



POURQUOI ?

Les Relations Publiques, et plus particulièrement les Relations Presse, connaissent aujourd'hui une mutation importante : en plus des journalistes, toute entreprise doit compter sur de nouveaux relais d'opinions non professionnels, influençant des micros-communautés ciblées et contribuant ainsi à la modélisation de la e-Réputation.

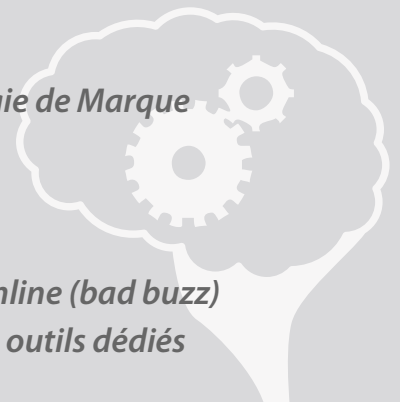


POUR QUI ?

Cette formation est adaptée aux professionnels des Relations Publiques, aux Responsables et Chargés de Communication et ou Marketing, aux professionnels du e-Business & e-CRM qui souhaitent développer la notoriété et gérer la réputation de leur Marque sur (et via) les Médias Sociaux.

APPRENTISSAGES

- + *Intégrer les enjeux de l'e-Réputation et des RP 2.0 dans la stratégie de Marque*
- + *Construire un plan opérationnel de gestion de e-Réputation*
- + *Construire un plan opérationnel de Relations Publiques 2.0*
- + *Mener des actions de Relations Publiques 2.0*
- + *Gérer les avis négatifs et faire face à un mouvement d'opinion online (bad buzz)*
- + *Réaliser une veille performante sur les bons indicateurs, avec les outils dédiés*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée
Lieu : NiceToMeetYou

 x1	 x2	 x3	 x4	 x5
700 € HT	1300 € HT <i>réduction de 100 € HT</i>	1900 € HT <i>réduction de 200 € HT</i>	2400 € HT <i>réduction de 400 € HT</i>	2800 € HT <i>réduction de 700 € HT</i>

LE PROGRAMME

Relations Publiques 2.0 et e-Réputation : Quid ?

Qu'est-ce que l'e-Réputation ?

Que sont les RP 2.0 ?

Les implications culturelles

Comment maîtriser sa e-Réputation ?

Pourquoi maîtriser sa e-Réputation ?

Quelle stratégie de e-Réputation ?

Les Etapes stratégiques

Atelier : Auditer la e-Réputation de l'Entreprise et émettre des recommandations.

Comment réussir ses Relations Publiques 2.0 ?

Pourquoi lancer des Relations Publiques 2.0 ?

Quelle stratégie de RP 2.0 ?

Les étapes stratégiques

Bonnes Pratiques

Atelier : Proposer une action de RP 2.0 concrète pour l'Entreprise.

Gérer les opinions négatives ou un « bad buzz »

Les Opinions négatives

Le Bad Buzz

Comment réagir ?

Atelier : Proposer un plan d'anticipation de crise sur les Médias Sociaux pour l'Entreprise.

Monitorer sa e-Réputation

Indicateurs d'e-Réputation

Outils de Veille



LE FORMATEUR

Ange Pozzo di Borgo

- + *Fondateur et Planneur Digital de l'agence NiceToMeetYou*
- + *Intervenant en Social Media Marketing à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD Roubaix)*
- + *Accompagne l'Ensemble Orchestral de Paris, Global Voice Group, La Créativallée...*

nice^{to}meet^{you}



121 rue Chanzy
Ruche Technologique du Nord
59260 Hellemmes Lille
tél +33 (0)3 20 67 59 23
e-mail nicecontact@ntmy.fr
site web ntmy.fr

CONCEVOIR SA STRATÉGIE

D'ENGAGEMENT SUR LES MÉDIAS SOCIAUX



POURQUOI ?

Avant de se lancer dans l'adoption de nouveaux moyens d'engagement avec sa clientèle, il est nécessaire de définir une vision et un plan concret pour l'entreprise et ses porte-parole sur le Web. Engagez, mais avec la Vision !



POUR QUI ?

Cette formation est adaptée aux Responsables et Chargés de Communication et ou Marketing, aux professionnels du e-Business & e-CRM, mais aussi aux Dirigeants d'entreprises qui souhaitent construire une approche marketing engageante sur les Médias Sociaux, en cohérence avec une stratégie de Communication pré-établie.

APPRENTISSAGES

- + Intégrer la notion d'Engagement sur les Médias Sociaux dans le plan de Communication
- + Structurer une recommandation stratégique dédiée
- + Définir les bonnes pratiques concurrentielles et les opportunités pour la Marque
- + Prioriser les objectifs concrets en phase avec les enjeux de la Marque
- + Cibler les « personas » digitales (utilisateurs-clés, motivations et réponses)
- + Concevoir et formuler concrètement une vision « 2.0 » cohérente avec la stratégie globale
- + Interpréter la vision stratégique en plan opérationnel
- + Développer un plan et un calendrier opérationnel détaillé sur les Médias Sociaux
- + Anticiper les feedbacks et cadrer leurs risques sur les Médias Sociaux
- + Choisir les bons critères et outils de monitoring d'Engagement

EN PRATIQUE

Durée : 1 journée

Lieu : NiceToMeetYou

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Initiation à la Stratégie d'Engagement

*Qu'est-ce que l'Engagement ?
Plan d'une Stratégie d'Engagement*

L'Analyse Stratégique

*Analyse du Contexte
Analyse concurrentielle
Atelier : Définir l'Analyse Stratégique
pour votre Entreprise*

La Vision Stratégique

*Définition des Objectifs
Définition du Ciblage
Définition des Axes d'Engagement
Définition de la Promesse Utilisateur
Définition de l'« Identité 2.0 »
Atelier : Définir la Vision Stratégique
pour votre Entreprise*

Le Dispositif d'Engagement

*La définition du Dispositif
Le Plan d'animation par levier
Le Plan d'opérations
Le Calendrier opérationnel
Atelier : Produire un Dispositif d'Engagement
pour votre Entreprise*

Monitoring & Engagement Analytics

*Cadrer
Mesurer
Atelier : Définir la stratégie de Monitoring
pour votre Entreprise*



LE FORMATEUR Ange Pozzo di Borgo

- + Fondateur et Planneur Digital de l'agence NiceToMeetYou
- + Intervenant en Social Media Marketing à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD Roubaix)
- + Accompagne l'Ensemble Orchestral de Paris, Global Voice Group, La Créativallée...

nicetomeetyou[®]



121 rue Chanzy
Ruche Technologique du Nord
59260 Hellemmes Lille
tél +33 (0)3 20 67 59 23
e-mail nicecontact@ntmy.fr
site web ntmy.fr



Contenu Digital

CONCEVOIR SA STRATÉGIE

DE CONTENU DIGITAL



POURQUOI ?

Avec les Médias Sociaux et l'ère du contenu digital démocratisé et générateur d'engagement, la marque se doit d'adopter une démarche de «média», en créant de la valeur ajoutée pour sa communauté. Adoptez la tendance du «Brand Content» pour répondre à vos objectifs de trafic, de fidélisation et de e-Réputation.

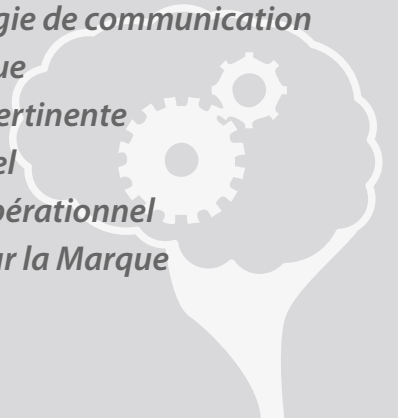


POUR QUI ?

Cette formation est adaptée aux Responsables et Chargés de Communication / Marketing, aux Webmasters, aux Rédacteurs et Editeurs Web qui souhaitent maîtriser la vision éditoriale pour l'intégrer pleinement dans la stratégie de communication de la marque.

APPRENTISSAGES

- + *Intégrer les principes et enjeux du Contenu Digital dans la stratégie de communication*
- + *Réaliser une analyse éditoriale complète, en phase avec la Marque*
- + *Définir une stratégie de contenu incluant une charte éditoriale pertinente*
- + *Concevoir les contenus digitaux et construire le plan opérationnel*
- + *Estimer les ressources humaines et budgétaires nécessaires à l'opérationnel*
- + *Appréhender l'intérêt du Contenu Généré par les Utilisateurs pour la Marque*
- + *Mettre en œuvre les bonnes méthodes contributives*
- + *Choisir les bons critères et outils d'analyse du ROI*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée
Lieu : NiceToMeetYou

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

L'ère du Brand Content

*La Pub est morte, vive le Contenu
Brand Content ou Branded Content ?
Les Principes du Brand Content
Exemples de Contenus de Marque*

L'Analyse Editoriale

*Introspection stratégique
Analyse concurrentielle
Analyse des Tendances
Atelier : Réaliser l'Analyse Editoriale
pour votre Entreprise*

La Stratégie de Contenu

*Définition des Objectifs
Définition du Ciblage
Définition de la Charte « éditoriale »
Atelier : Définir la Stratégie Editoriale
de votre Entreprise*

Le Planning de Contenu

*Typologies de Contenus
Production des Contenus
Diffusion des Contenus
Calendrier Editorial
Atelier : Définir un micro-planning éditorial
pour votre Entreprise*

Le « User Generated Content »

*L'UGC, qu'est-ce que c'est ?
Enjeux de l'UGC
Faire contribuer l'utilisateur
Intégrer l'UGC au Contenu de Marque
Atelier : Concevoir un dispositif UGC pour votre
Entreprise*

Le Contenu est-il ROI ?

*ROI et ROE du Contenu
Mesurer les retombées*



LE FORMATEUR

Ange Pozzo di Borgo

- + Fondateur et Planneur Digital de l'agence NiceToMeetYou
- + Intervenant en Social Media Marketing à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD Roubaix)
- + Accompagne l'Ensemble Orchestral de Paris, Global Voice Group, La Créativallée...

nicetomeetyou[®]



121 rue Chanzy
Ruche Technologique du Nord
59260 Hellemmes Lille
tél +33 (0)3 20 67 59 23
e-mail nicecontact@ntmy.fr
site web ntmy.fr

RÉUSSIR SON BLOG

D'ENTREPRISE



POURQUOI ?

« So 2004 » selon le magazine Wired, le blog reste néanmoins le meilleur levier de communication par le contenu pour une entreprise. Optimisé pour le référencement, social, matière d'animation communautaire : les avantages ne manquent pas. A condition d'exploiter le blogging dans une optique ROIste.

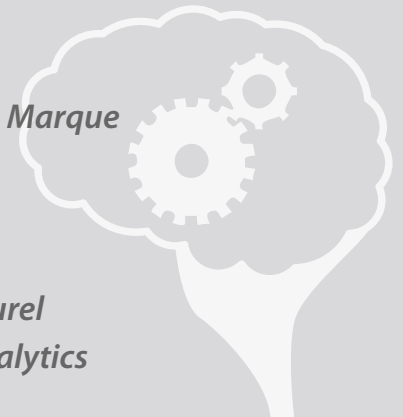


POUR QUI ?

Cette formation est adaptée aux Responsables et Chargés de Communication / Marketing, aux professionnels du e-Business / e-CRM, aux Webmasters, aux Rédacteurs et Editeurs Web qui souhaitent maîtriser le blogging dans toutes ses dimensions marketing, au service d'une stratégie globale.

APPRENTISSAGES

- + *Maîtriser le rôle et l'usage d'un Blog en communication*
- + *Choisir la bonne solution de gestion de contenu pour un Blog de Marque*
- + *Construire un plan d'animation éditoriale*
- + *Définir et mener des actions de captation d'audience*
- + *Concevoir des sujets et contenus performants*
- + *Optimiser la rédaction pour les lecteurs et le référencement naturel*
- + *Choisir et suivre les indicateurs de succès avec les bons outils analytics*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée
Lieu : NiceToMeetYou

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Comprendre les blogs

*Le Blog, média social
La fin des blogs ?
Les Enjeux du Blog d'Entreprise
Exemples de Blogs d'Entreprise*

Les CMS pour Bloguer

*Principe du CMS
Solutions de blogging gratuites
Solution de blogging professionnelles
Comment choisir son CMS ?
Atelier : Définir le bon outil
pour votre stratégie*

Définir sa Stratégie de Blogging

*Définir les objectifs
Cibler l'audience
Construire le Plan d'Animation
Développer l'influence
Atelier : Définir la Stratégie de Blogging
pour votre Entreprise*

Bien Editer un Blog

*Concevoir les sujets
Ecrire pour les utilisateurs
Ecrire pour les moteurs
Atelier : Concevoir et rédiger un article
pour un Blog*

Quel ROI pour un Blog ?

*ROI et ROE du Blogging
Mesurer les retombées*



LE FORMATEUR

Ange Pozzo di Borgo

- + Fondateur et Planneur Digital de l'agence NiceToMeetYou
- + Intervenant en Social Media Marketing à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD Roubaix)
- + Accompagne l'Ensemble Orchestral de Paris, Global Voice Group, La Créativallée...

nicetomeetyou[®]



121 rue Chanzy
Ruche Technologique du Nord
59260 Hellemmes Lille
tél +33 (0)3 20 67 59 23
e-mail nicecontact@ntmy.fr
site web ntmy.fr

OPTIMISER SA PRÉSENCE DIGITALE

PAR LA SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION



POURQUOI ?

Après le référencement naturel, le référencement « social ». La Social Media Optimization répond à l'évolution des moteurs de recherche et des plateformes sociales, afin d'assurer une meilleure visibilité par la création de signaux sociaux qualitatifs (liens Facebook, tweets, posts de blogs...).

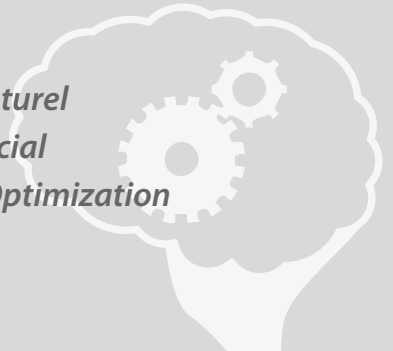


POUR QUI ?

Cette formation est adaptée aux Trafic Managers, aux professionnels du e-Business / e-CRM, aux Webmasters, aux Rédacteurs et Editeurs Web qui souhaitent réussir leur référencement naturel et la génération de trafic par les Médias Sociaux.

APPRENTISSAGES

- + *Maîtriser les notions et facteurs influençant le Référencement Naturel*
- + *Maîtriser les notions et facteurs influençant le Référencement Social*
- + *Choisir les plateformes-clés pour une stratégie de Social Media Optimization*
- + *Appliquer les meilleures méthodes pour le Référencement Social*
- + *Définir et suivre les bons critères de mesure des performances*



EN PRATIQUE

Durée : 1/2 journée
Lieu : NiceToMeetYou

 x1
400 € HT

 x2
750 € HT
réduction de 50 € HT

 x3
1100 € HT
réduction de 100 € HT

 x4
1400 € HT
réduction de 200 € HT

 x5
1600 € HT
réduction de 400 € HT

LE PROGRAMME

Initiation à la Social Media Optimization

Le Référencement Naturel (ou SEO)

Le Référencement Social (ou SMO)

Méthodes de Social Media Optimization

Les Plateformes pour la SMO

Les Méthodes de SMO

*Atelier : Optimiser une vidéo YouTube
pour un référencement optimal.*

Mesurer les performances

Définition des KPI

Outils de Social Media Analytics



LE FORMATEUR

Ange Pozzo di Borgo

- + *Fondateur et Planneur Digital de l'agence NiceToMeetYou*
- + *Intervenant en Social Media Marketing à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD Roubaix)*
- + *Accompagne l'Ensemble Orchestral de Paris, Global Voice Group, La Créativallée...*

nicetomeetyou[®]



121 rue Chanzy
Ruche Technologique du Nord
59260 Hellemmes Lille
tél +33 (0)3 20 67 59 23
e-mail nicecontact@ntmy.fr
site web ntmy.fr

MAÎTRISER LA RÉDACTION DIGITALE



POURQUOI ?

Plus que la Rédaction Web, la Rédaction Digitale. La Rédaction Digitale est composée de 4 techniques principales : l'Utilisabilité, le Référencement, la Social Media Optimization et l'Engagement communautaire. Cette formation apporte les méthodes rédactionnelles qui transforment le texte en action marketing.



POUR QUI ?

Cette formation est adaptée aux Journalistes, aux Community Managers, aux Webmasters, aux Rédacteurs et Editeurs Web qui souhaitent améliorer leur écriture pour le Web et les Médias Sociaux.

APPRENTISSAGES

- + *Comprendre les évolutions et formats de l'écrit digital*
- + *Maîtriser les enjeux relevés par l'usage du texte*
- + *Concevoir un contenu ergonomique et utile*
- + *Optimiser un texte pour le Référencement Naturel*
- + *Optimiser un texte pour les Médias Sociaux*
- + *Créer un contenu générateur d'engagement communautaire*



EN PRATIQUE

Durée : 1 journée

Lieu : NiceToMeetYou

 x1
700 € HT

 x2
1300 € HT
réduction de 100 € HT

 x3
1900 € HT
réduction de 200 € HT

 x4
2400 € HT
réduction de 400 € HT

 x5
2800 € HT
réduction de 700 € HT

LE PROGRAMME

Définition & Enjeux

*Les évolutions de l'Écrit
Les formes de l'Écrit Digital
Enjeux de la Recherche, de l'Utilisabilité et de
l'Engagement*

La Rédaction Utilisable

*Méthodes de Rédaction Utilisable
Spécificités Mobiles
Les 6 principes de George Orwell
Atelier : test de rédaction utilisable*

La Rédaction SEO

*Facteurs-clés de la SEO
Impact de Google Panda
Méthodes de Rédaction SEO
Outils de Rédaction SEO
Atelier : test de rédaction optimisée*

La Rédaction SMO

*Facteurs-clés de la SMO
La «Social Authority»
Supports de la SMO
Méthodes de Rédaction SMO
Atelier : test de rédaction SMO*

La Rédaction Engageante

*Rédaction ou Conversation ?
Méthodes de Rédaction Engageante
L'Art de l'accroche
Atelier : test de rédaction engageante*



LE FORMATEUR

Ange Pozzo di Borgo

- + *Fondateur et Planneur Digital de l'agence NiceToMeetYou*
- + *Intervenant en Social Media Marketing à l'Institut du Marketing et du Management de la Distribution (IMMD Roubaix)*
- + *Accompagne l'Ensemble Orchestral de Paris, Global Voice Group, La Créativallée...*

nicetomeetyou[®]



121 rue Chanzy
Ruche Technologique du Nord
59260 Hellemmes Lille
tél +33 (0)3 20 67 59 23
e-mail nicecontact@ntmy.fr
site web ntmy.fr



les journées
connectées