



E-COMMERCE

REFERENCES REGLEMENTAIRE :
 . Articles L6353-1 du Code du Travail
 . Les C.G.V sont consultable sur notre site internet

PUBLIC CONCERNE
 . Cette formation s’adresse à tout public.

PRE-REQUIS
 . Connaissances générales sur l’informatique

DELAIS D’ACCES
 . Dates à convenir ensemble, formation disponible toute l’année en présentiel ou distanciel

MODALITES D’ACCES
 . L’accès à nos formations peut-être initié, soit par l’employeur, soit à l’initiative du salarié avec l’accord de ce dernier, soit à l’initiative propre du salarié.

METHODE PEDAGOGIQUE
 . Le module alternera éléments d’enseignement didactiques et théoriques avec une prise en main progressive du logiciel à travers des cas pratiques et des exemples exposant les principales problématiques que la stagiaire rencontrera dans la gestion du logiciel de manière à acquérir une réelle autonomie opérationnelle.

OUTILS PEDAGOGIQUES :

- Un intervenant qualifié accompagne les participants pendant toute la durée de la formation..
- Chaque stagiaire prépare un ordinateur avec accès internet.
- Accès personnalisé et sécurisé
- En début de formation à chaque participant est appelé par la formatrice pour un bilan personnalisé des besoins.

OBJECTIFS
 Notre objectif est de vous rendre immédiatement opérationnel. Les apprentis seront capables de :

- Connaître les Fondamentaux du Community Management
- Connaître les différents plateformes des Réseaux Sociaux.
- Savoir construire un projet social media en fonction des comportement des internautes
- Mise en place de stratégie social média via les différents supports
- Le référencement

CONTRÔLE DES PRE REQUIS AVANT FORMATION
 Aucune connaissance n’est pré-requise pour cette formation. Pour autant, dans le cadre de notre politique de certification Qualiopi, chaque stagiaire devra effectuer un test d’entrée avant le début de la formation afin d’identifier les forces et les faiblesses de l’apprenant sur les différents sujets portant sur la formation afin d’adapter cette dernière au public formé.

MODALITE D’EVALUATION

- Test d’entrée en formation
- Feuille de présence
- Évaluation des acquis du stagiaire par mises en situation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de formation

ACCESSIBILITES
 Les personnes en situation d’handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d’étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.



E-COMMERCE

DESCRIPTIF DE LA FORMATION

1. LES FONDAMENTAUX DU COMMUNITY MANAGER

L'évolution des réseaux sociaux

- Les débuts des réseaux sociaux
- Les tendances 2021- partie 1 / les chiffres clés
- Les tendances 2021- partie 2 / les chiffres clés
- L'importance, aujourd'hui, des réseaux sociaux

Le Community Manager

- Définition du Community Manager
- Qui est le Community Manager
- Les qualités du Community manager
- Les bonnes méthodes :
 1. Choisir le bon format
 2. Création de contenu
 3. Du Mobile Friendly au Mobile First
 4. Les publicités sociales / Socials Ads
 5. Engagement

La veille quotidienne

La communauté du Community manager

- Comprendre et entretenir sa communauté
- Construire et développer sa communauté

2. CONSTRUIRE UN PROJET SOCIAL MEDIA EN FONCTION DES COMPORTEMENTS DES INTERNAUTES

- Les indicateurs clés de performance à analyser
- La e-réputation
- La veille concurrentielle et la veille sociale médias

Le projet social media

- Le projet social média
- Chef de projet
- Planification
- Le Cycle de vie du projet - Exploration
- Le Cycle de vie du projet – Préparation
- Le Cycle de vie du projet - Mise en œuvre
- Le Cycle de vie du projet - Finalisation
- Le reporting
- Exemples de projets social média
- Création de contenus et budgets
- Diffusion du contenu

3. GOOGLE MY BUSINESS

- Créer une fiche
- Renseigner les informations
- Cataloguer les produits et services à la vente
- Créer une stratégie de vente via Google Ads

DUREE
50 heures

TARIFS
Nous consulter



E-COMMERCE

4. LE SITE INTERNET

- Introduction du module
- Initiation aux réseaux (Internet, Intranet)
- Notion de webdesign
- Techniques et notion de développement de sites internet
- L'optimisation du site pour le référencement naturel
- Les actions de référencement et de positionnement
- Créer une boutique en ligne sur Facebook et Insta
- Créer un site de vente en ligne (type Shopify ou Wix par exemple)
- Les bases de la création de site internet
- L'ergonomie et le webdesign au service de la vente
- Les particularités du site de vente en ligne
- La législation en vigueur : Les CGV, CGU et Politique de confidentialité indispensables
- Le référencement des pages du site
- Le référencement et l'optimisation des images
- La gestion et le suivi des utilisateurs, prospects et clients
- Sécuriser les transactions et paiements en ligne
- Les statistiques

5. LES INTERMEDIAIRES DE LA VENTE EN LIGNE

- Etsy
- Cdiscount
- Amazon

6. LE REFERENCEMENT

Le référencement, comment ça fonctionne ?

- Introduction du module
- L'utilisation du marketing viral
- Le référencement gratuit (SEO)
- Le référencement payant (SEA)
- L'utilisation de Google Adwords
- L'utilisation des campagnes e-mailing et newsletters
- L'utilisation d'autres levier de référencement réseaux & médias sociaux, blogs/forums, influenceurs)
- Utiliser les statistiques de Google Analytics
- Favoriser le référencement du site grâce à Google Search Console (attention Analytics est hors RGPD, maintenant c'est G4)

DUREE
50 heures

TARIFS
Nous consulter



E-COMMERCE

7. LES BASES DES RESEAUX SOCIAUX

Instagram

- Présentation d'Instagram
- Création d'un compte
- Comment animer le compte

Facebook

- Présentation de Facebook
- Les différents compte : profil perso, page, groupe
- Création d'une page ou/et un profil
- Définir les objectifs de sa page
- Comment animer une page Facebook
- L'algorithme Facebook
- La sponsorship de Facebook

LinkedIn

- Qu'est ce que LinkedIn
- Création de son profil
- Les enjeux de LinkedIn

7. LES BASES DES RESEAUX SOCIAUX (suite)

Youtube

- Présentation de Youtube
- Les bases de Youtube

Twitter

- Présentation de Twitter
- Comment créer un compte
- Les bases de Twitter

Tik Tok

- Présentation de Tik Tok
- Comment créer un compte
- Les bases de Tik Tok

Pinterest

- Pinterest : Comment mettre en place une stratégie
- Pinterest : Anatomie
- Pinterest : Marketing – Partie 1
- Pinterest : Marketing – Partie 2
- Pinterest : 7 étapes

Chaque modules sont accompagnés de :

- Quiz
- Exercice
- De cas pratique

DUREE
50 heures

TARIFS
Nous consulter