

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Titre de la formation:

« Création d'entreprise : Module Stratégie et Marketing Digital, N1, N2 et N3 »

Public visé: Dirigeants d'entreprise, responsables Marketing ou Commerciaux, Communication.

Durée: selon le niveau: **N1** = 14 heures; **N2** = 28 heures et **N3** = 70 heures.

Prérequis: évaluation à l'entrée et maîtrise des bases de l'utilisation d'un ordinateur, accès à un ordinateur en formation.

Objectifs pédagogiques: à la fin de la formation, l'apprenant sera capable de :

N1	N2	N3
Définir un plan d'action Marketing	Animer une communauté sur les réseaux sociaux	Adapter sa présence aux évolutions de technologie
Gérer les réseaux sociaux	Générer des prospects grâce aux réseaux sociaux	Automatiser des tâches & gagner en efficacité
	Mesurer & optimiser sa présence marketing	

Compétences visées: marketing digital, rédaction de contenu éditorial et web, contenu de sites internet, animation des réseaux sociaux.

Modalités pédagogiques: formation à distance avec l'utilisation d'un outil de visioconférence.

Moyens pédagogiques: ordinateur, supports de cours imprimés et/ou numérisés.

Modalités d'évaluation: exercices d'évaluation de compréhension sous forme de QCM.

Méthodes et techniques pédagogiques: travail en sous-groupes, exposés théoriques, études de cas, exercices d'application.

Modalités et délais d'accès: 1 mois.

Conditions tarifaires: selon le niveau: **N1** = 1 000€ HT; **N2** = 2 500€ HT et **N3** = 3 500€ HT.

Accès handicapé: nous pouvons mettre à disposition une salle pour les personnes en situation de handicap. Pour en savoir plus, contactez notre référente handicap Andrea De Gouveia andrea.degouveia@peerfusingtech.com

N1 : Les essentiels de Réseaux Sociaux	Moyens Pédagogiques	Méthodes/Techniques Pédagogiques
14 heures		
<p>Introduction au Marketing Digital. Définir son plan d'action:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier ses cibles & définir ses objectifs, - Identifier les bonnes et les mauvaises pratiques sur les réseaux sociaux, - Diagnostiquer les forces et faiblesses de votre entreprise, - Etablir une stratégie efficace pour votre entreprise, - Planifier vos réunions, - Mettre en place une Visioconférence, - Raccourcir vos liens et suivre les données analytiques. <p>Gérer les Réseaux Sociaux:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier le/les canaux adaptés à votre stratégie, - Créer son plan d'actions, - Choisir ses indicateurs de performance, - Reconnaître les 5 éléments clés des publications percutantes, - Créer votre profil/page. <p>Personal Branding :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avantages de Facebook/LinkedIn, - Facebook vs Google, - La méthode itérative, - Les groupes dans Facebook/LinkedIn, - Les indicateurs clés d'une publication, - Les 7 éléments clés d'une page. <p>Instagram :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mis en place Instagram, - Connaître les différents types de publication : photo, vidéo, story, live, - Contrôler ses campagnes, - Analyser les comportements des visiteurs et des fans. 	<p>Ordinateur.</p>	<p>Supports théoriques, études de cas, exercices d'application.</p>

N2 : Booster votre Business avec les Réseaux Sociaux	Moyens Pédagogiques	Méthodes/Techniques Pédagogiques
28 heures		
<p>Tout le Contenu du N1 est repris pour le N2.</p> <p>Créer une publicité en ligne via le gestionnaire des publicités Facebook Ads:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en place des campagnes publicitaires, - Les formats publicitaires disponibles, - Sélection des mots clés et écriture d'un pitch sexy, punchy, concis, - Contrôler ses campagnes : les KPI, - Mesure de la performance : ROI, ROE, ROA. <p>Prospection sur les réseaux sociaux Part I :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les décideurs, - Créer une liste des prospects, - Créer une liste des comptes, - Gérer l'administration de la page et les contributeurs. <p>Prospection sur les réseaux sociaux Part II :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les méthodes de prospection : réseaux réels, virtuels, listes de prospection, - Utiliser Sales Navigator, - Retrouver les informations clés de l'entreprise (<i>Société.com</i>) et du prospect (<i>Lusha, contactout</i>), - Automatiser : <i>ProspectIn</i>. <p>Le Marketing et Vente :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédiger un titre sous forme de pitch percutant, - Muscler les expériences professionnelles, - Augmenter son réseau, - Le cycle de vente dans les réseaux sociaux, - Calculer l'effort commercial, - La gestion du temps du commercial, - Classifier ses prospects et l'actions à mener, - Parcours d'achat : les likes, les partages, les commentaires, - Parcours Traffic web & Les newsletters, - Rédiger des courriers avec appel à l'action : prise de RDV, (<i>MailChimp</i>), - Les offres d'appel & Le pitch commercial, - Identifier de sa valeur ajoutée et construction du pitch. - Identifier des forces et faiblesses de chaque offre. 	<p>Ordinateur.</p>	<p>Supports théoriques, études de cas, exercices d'application.</p>

N3 : La Transformation Digitale de votre Entreprise	Moyens Pédagogiques	Méthodes/Techniques Pédagogiques
70 heures		
<p>Introduction au Marketing Digital. Définir son plan d'action:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier ses cibles & définir ses objectifs, - Identifier les bonnes et les mauvaises pratiques sur les réseaux sociaux, - Diagnostiquer les forces et faiblesses de votre entreprise, - Etablir une stratégie efficace pour votre entreprise, - Planifier vos réunions, - Mettre en place une Visioconférence, - Raccourcir vos liens et suivre les données analytiques. <p>Gérer les Réseaux Sociaux:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier le/les canaux adaptés à votre stratégie, - Créer son plan d'actions, - Choisir ses indicateurs de performance, - Reconnaître les 5 éléments clés des publications percutantes, - Créer votre profil/page. <p>Personal Branding :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avantages de Facebook/LinkedIn, - Facebook vs Google, - La méthode itérative, - Les groupes dans Facebook/LinkedIn, - Les indicateurs clés d'une publication, - Les 7 éléments clés d'une page. <p>Instagram :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mis en place Instagram, - Connaître les différents types de publication : photo, vidéo, story, live, - Contrôler ses campagnes, - Analyser les comportements des visiteurs et des fans. <p>Créer une publicité en ligne via le gestionnaire des publicités Facebook Ads:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en place des campagnes publicitaires, - Les formats publicitaires disponibles, - Sélection des mots clés et écriture d'un pitch sexy, punchy, concis, - Contrôler ses campagnes : les KPI, - Mesure de la performance : ROI, ROE, ROA. 	<p>Ordinateur.</p>	<p>Supports théoriques, études de cas, exercices d'application.</p>

<p>Prospection sur les réseaux sociaux Part I :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les décideurs, - Créer une liste des prospects, - Créer une liste des comptes, - Gérer l'administration de la page et les contributeurs. <p>Prospection sur les réseaux sociaux Part II :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les méthodes de prospection : réseaux réels, virtuels, listes de prospection, - Utiliser Sales Navigator, - Retrouver les informations clés de l'entreprise (<i>Société.com</i>) et du prospect (<i>Lusha, contactout</i>), - Automatiser : <i>ProspectIn</i>. <p>Le Marketing et Vente :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédiger un titre sous forme de pitch percutant, - Muscler les expériences professionnelles, - Augmenter son réseau, - Le cycle de vente dans les réseaux sociaux, - Calculer l'effort commercial, - La gestion du temps du commercial, - Classifier ses prospects et l'actions à mener, - Parcours d'achat : les likes, les partages, les commentaires, - Parcours Traffic web & Les newsletters, - Rédiger des courriers avec appel à l'action : prise de RDV, (<i>MailChimp</i>), - Les offres d'appel & Le pitch commercial, - Identifier de sa valeur ajoutée et construction du pitch. <p>Identifier des forces et faiblesses de chaque offre.</p> <p>Introduire votre entreprise à un plus grand public</p> <ul style="list-style-type: none"> - Créer e-identité de votre entreprise, - Créer votre Landing Page, - Référencement et avis clients. <p>Rendez votre entreprise évolutive grâce à la numérisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planifier vos Publications sur plusieurs réseaux, - Créer des flux de données inter applications et optimiser son workflow, - Maîtriser les matériels et logiciels de création de contenus, - Identifier les comportement et les prospects de votre site internet, - Créer le service client portable et gratuit. 		
--	--	--

Intervenant :

Roberto De Gouveia De Sa.

FORMATEUR – CONSULTANT

Ingénieur de formation. J'étais responsable du déploiement du **Réseau Social Yammer** au sein de L'Oréal, en 2 ½ ans 25 k collaborateurs ont rejoint le réseau social. Evangéliste et formation des collaborateurs dans le recrutement sur LinkedIn et développement de la marque employeur.



Diplômes :

- Spécialisation d'un an en big data, avec le langage de programmation R, à l'Université Johns Hopkins. 2016.
- Formation Community Manager. L'Oréal. Paris – France. 2012.
- Formateur : réussir ses actions de formation. CEGOS. Paris-France. 2012.
- Formateurs internes : devenir formateur. Groupe L'Oréal. Paris-France. 2012.
- Master 2 en Intelligence Economique et Stratégies Compétitives à l'Université d'Angers. Angers-France. 2008.
- Diplôme d'Ingénieur Industriel à l'Université Catholique Andres Bello. Caracas-Venezuela. 2006.

Expérience :

- Responsable de la formation logistique et Finances pour le groupe L'Oréal au niveau mondial. Février 2012 – Novembre 2014.