Stratégie et outils numériques : Développer une présence en ligne efficace (formation sur mesure)

Durée	5 Jours - (40 Heures)
Pré-requis	Utiliser un ordinateur, un smartphone et internet
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés souhaitant développer la présence en ligne de leur entreprise (TPE/PME, artisans, indépendants)
Intervenants	Professionnel du marketing digital et de la communication numérique (stratégie de contenu, outils digitaux)
Nb participants	1
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Formation en présentiel - Alternance entre apports théoriques et mises en pratique - Études de cas réels : analyse de profils et stratégies numériques d'entreprises similaires - Exercices pratiques : création de posts, visuels, optimisation de fiches Google My Business, planification de publications - Ateliers collaboratifs : brainstorming, définition de personas, élaboration de calendriers éditoriaux - Utilisation d'outils concrets (Canva, Meta Business Suite, Google My Business)

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique

Évaluation :
Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et grille d'évaluation de sortie.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Auditer et améliorer sa présence en ligne
- Définir une stratégie éditoriale efficace
- Créer du contenu attractif et engageant
- Optimiser ses outils numériques (site web, fiche Google, réseaux sociaux)
- Planifier et organiser sa communication digitale en autonomie

PROGRAMME

JOUR 1 : Diagnostic digital et positionnement stratégique

Matin :

- Présentation de la formation et objectifs pédagogiques.
- État des lieux des outils numériques existants :
  - Analyse du site web (ergonomie, contenus, SEO, performances).
  - Audit des réseaux sociaux : Facebook, Instagram, fiche Google Business Profile.
  - Identification des axes d'amélioration.
- Benchmark & veille concurrentielle :
  - Étude des concurrents directs et indirects.
  - Repérage des tendances du secteur et des sources d'inspiration (outils de veille, hashtags, influenceurs).
  - Après-midi :
- Définition des personas cibles :
  - Analyse des profils clients et prospects.
  - Élaboration de fiches personas (besoins, attentes, comportements).
- Structuration du contenu digital :
  - Définition des thématiques principales.
  - Construction d'un fil rouge pour une cohérence de communication.
  - Exercice pratique : brainstorming de contenus pertinents.

JOUR 2 : Stratégie éditoriale et création de contenu

Matin :

- Construction d'une ligne éditoriale efficace :
  - Définition des piliers de contenu (information, inspiration, engagement, promotion).
  - Ton et style de communication en fonction des personas.
  - Bonnes pratiques pour écrire des posts percutants.
- Élaboration d'un calendrier éditorial sur 6 mois :
  - Planification des thématiques par mois.
  - Répartition des formats de publication (articles, vidéos, stories, reels).
  - Intégration des temps forts (événements, saisonnalité).
  - Après-midi :
- Introduction à Canva pour la création de visuels attractifs :
  - Prise en main de l'outil : interface, templates, couleurs et typographies.
  - Création de templates personnalisés pour les publications.
  - Exercice pratique : création d'un post graphique cohérent avec la charte visuelle.

JOUR 3 : Gestion et animation des réseaux sociaux

Matin :

- Optimisation des profils Facebook et Instagram :
  - Paramètres de comptes professionnels.
  - Biographie, photo de profil et descriptions impactantes.
  - Lien entre les différents outils digitaux (site web, boutique en ligne, prise de rendez-vous).
- Stratégie de contenu sur Facebook et Instagram :
- Différences et complémentarités entre les plateformes.
- Formats et algorithmes : ce qui fonctionne le mieux en 2024.
- Comment booster l'engagement avec des interactions stratégiques ?

Après-midi :

- Planification des publications avec Meta Business Suite :
  - Programmation des posts et stories.
  - Automatisation des réponses et messages.
  - Analyse des statistiques pour ajuster la stratégie.
- Exercice pratique : création et planification de publications pour la semaine suivante.

JOUR 4 : Optimisation web et référencement local

Matin :

- Optimisation de la fiche Google Business Profile (ex-Google My Business) :
  - Complétion et mise à jour des informations.
  - Ajout de photos, publications et offres.
  - Gestion des avis clients et réponses stratégiques.
- Mise à jour et amélioration du site web :
  - Vérification de la structure et de la navigation.
  - Ajout ou modification des contenus essentiels.
  - Liens entre le site web et les réseaux sociaux.

Stratégie et outils numériques : Développer une présence en ligne efficace (formation sur mesure)

PROGRAMME (SUITE)

  - Après-midi :
- Introduction aux techniques de référencement local (SEO) :
  - Choix des mots-clés pertinents.
  - Création de contenu optimisé (pages, articles, descriptions).
  - Backlinks et stratégie d'acquisition de visibilité.
- Atelier pratique : rédaction d'une publication Google Business Profile et d'un mini-article optimisé pour le site web.

JOUR 5 : Création de contenu et planification à long terme

Matin :

- Création de contenu engageant pour les réseaux sociaux :
  - Storytelling et copywriting : comment capter l'attention ?
  - Création de vidéos, shorts, reels.
  - Création d'un carrousel Instagram/Facebook.
- Atelier pratique : tournage et montage rapide d'une vidéo sur Canva ou CapCut.

Après-midi :

- Perfectionnement sur Canva : cohérence visuelle et branding :
  - Harmonisation des couleurs, typographies et styles d'images.
  - Création d'un kit graphique de publications réutilisables.
- Planification et organisation des posts semaine après semaine :
  - Automatiser et répartir les contenus.
  - Mise en place d'un plan d'action pour la gestion des réseaux sociaux.