FORMEZVOO

VOTRE RÉUSSITE, NOTRE PRIORITÉ

FORMATION PROFESSIONNELLE

MARKETING DIGITAL : RÉSEAUX SOCIAUX, SEO & CRÉATION DE CONTENU

Développer sa stratégie digitale, optimiser sa visibilité et créer des contenus adaptés

1 jour · 7 heures · Présentiel / Distanciel

DURÉE	EFFECTIF	FORMATS
1 journée	**Jusqu'à 12 participants**	**Présentiel / Distanciel**
7 heures	*maximum*	

Programme pédagogique détaillé

PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Intitulé	Marketing Digital : Réseaux Sociaux, SEO & Création de Contenu
Durée	1 jours – 7 heures
Effectif	Jusqu'à 12 participants
Modalités	Présentiel / Distanciel
Public visé	Toute personne souhaitant acquérir les compétences de base pour gérer une stratégie marketing digital efficace et créer du contenu attractif
Prérequis	Aucun prérequis obligatoire. Une connaissance de base des outils numériques est recommandée

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- *Développer une stratégie de marketing digital adaptée à son activité.*
- *Identifier les principaux réseaux sociaux et leurs spécificités.*
- *Définir des cibles, des objectifs et des formats adaptés à chaque plateforme.*
- *Optimiser sa présence et ses contenus sur les réseaux sociaux.*
- *Adapter son message aux spécificités de chaque réseau social.*
- *Utiliser des outils de création et de planification de contenus.*
- *Construire une campagne de communication digitale.*
- *Élaborer un calendrier éditorial et une ligne de contenu.*
- *Sélectionner les canaux et formats adaptés à une campagne de communication.*
- *Intégrer des publications sponsorisées dans une stratégie de communication digitale.*
- *Créer des contenus attractifs, notamment des contenus vidéo et éditoriaux.*
- *Appliquer les bonnes pratiques abordées pendant la formation dans son contexte professionnel.*
- *Identifier les principaux leviers du référencement naturel (SEO) et les intégrer à sa stratégie de contenu.*

PROGRAMME DÉTAILLÉ

PARTIE 1 **STRATÉGIE RÉSEAUX SOCIAUX ET CRÉATION DE CONTENU (3h30)**

MODULE 1 — GÉRER ET OPTIMISER SES RÉSEAUX SOCIAUX

Panora ma et stratégie des réseaux sociaux

- *Panorama des principaux réseaux sociaux : TikTok, Facebook, Instagram.*
- *Identifier les caractéristiques et les usages de chaque plateforme.*
- *Comprendre les différences d'audience entre les réseaux sociaux.*
- *Comprendre les principales différences d'algorithme.*
- *Identifier les tendances actuelles et les bonnes pratiques.*

Définirsa stratégie sur les réseaux sociaux

- Définir ses cibles.
- Définir ses objectifs.
- Choisir les formats adaptés à chaque plateforme.
- Adapter son message à chaque réseau.
- Identifier les contenus pertinents en fonction de son audience.

Optimiser ses contenus

- Techniques d'optimisation du contenu.
- Storytelling.
- Utilisation des visuels.
- Utilisation des musiques.
- Cohérence des contenus avec l'identité et les objectifs de l'activité.

Outils de création

Découverte et utilisation des outils numériques :

- Canva.
- CapCut.
- Meta Business Suite.

Atelier pratique
Diagnostic et optimisation d'un compte existant.

MODULE 2 — CRÉER ET ORGANISER DU CONTENU DIGITAL

Définir une ligne de contenu

- Identifier les contenus adaptés à sa cible.
- Adapter les contenus aux différents réseaux sociaux.
- Organiser les contenus en cohérence avec les objectifs de communication.
- Définir une ligne de contenu cohérente.

Créer d es contenus attractifs

- Principes de création d'un contenu pertinent et attractif.
- Storytelling appliqué à la création de contenu.
- Création de contenus visuels.
- Création de contenus vidéo.
- Création de contenus éditoriaux.
- Adaptation des contenus aux différents supports numériques.
-

Planifie r ses contenus

- Élaborer un calendrier éditorial.
- Organiser les publications.
- Définir les thématiques de contenu.
- Définir les messages clés.
- Organiser la fréquence de publication.

Outils d e planification

Présentation et utilisation des outils :

- Trello.
- Notion.
- Meta Planner.

Atelier pratique
Élaboration d'une ligne éditoriale et d'un calendrier de contenu personnalisé.

MODULE 3 — CONSTRUIRE UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION DIGITALE

Planifier une campagne

- Définir des objectifs SMART.
- Identifier les cibles.
- Définir les messages clés.
- Choisir les canaux adaptés.
- Choisir les formats adaptés.
- Organiser les différentes étapes de la campagne.

Élaborer son calendrier éditorial

- Définir les contenus à publier.
- Organiser les publications.
- Définir une ligne de contenu.
- Planifier les actions de communication.

Outils de planification

- Trello.
- Notion.
- Meta Planner.

Publications sponsorisées

- Identifier la place des publications sponsorisées dans une stratégie de communication digitale.
- Intégrer les publications sponsorisées dans son plan de communication.

Atelier pratique
Élaboration d'un mini-plan de communication personnalisé.

PARTIE 2 SEO : RÉFÉRENCEMENT NATUREL (3h30)

MODULE 4 — COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX DU SEO

Compre ndre le référencement naturel

- Définir le référencement naturel (SEO).
- Comprendre le rôle du SEO dans une stratégie de marketing digital.
- Comprendre le fonctionnement général des moteurs de recherche.
- Identifier les principaux facteurs pouvant influencer la visibilité d'un contenu.
- Comprendre l'importance de la pertinence et de la qualité des contenus.

Identifi er les intentions de recherche

- Comprendre la notion d'intention de recherche.
- Identifier les besoins exprimés ou implicites des utilisateurs.
- Faire correspondre les contenus aux recherches de la cible.
- Adapter les contenus aux attentes des utilisateurs.

MODULE 5 — RECHERCHE ET CHOIX DES MOTS-CLÉS

Identifi er les mots-clés pertinents

- Comprendre la notion de mot-clé.
- Identifier les mots-clés liés à son activité.
- Identifier les mots-clés correspondant à sa cible.
- Définir les intentions associées aux recherches.
- Sélectionner des mots-clés pertinents pour ses contenus.

Organis er ses mots-clés

- Regrouper les mots-clés par thématiques.
- Identifier les mots-clés principaux.
- Identifier les expressions complémentaires.
- Déterminer les mots-clés à intégrer dans ses contenus.

Atelier pratique
Recherche et sélection de mots-clés.

MODULE 6 — OPTIMISER SES CONTENUS POUR LE SEO

Structu rer un contenu optimisé

- Organiser un contenu de manière claire et cohérente.
- Structurer les titres et sous-titres.
- Hiérarchiser les informations.
- Utiliser les mots-clés de manière naturelle et pertinente.
- Rédiger un contenu répondant aux besoins de la cible.

Optimis er les différents éléments du contenu

- Optimiser les titres.
- Optimiser les sous-titres.
- Optimiser les textes.
- Optimiser les images et leurs éléments associés.
- Améliorer la lisibilité du contenu.
- Favoriser la pertinence du contenu pour l'utilisateur.

Créer d u contenu répondant aux recherches

- Identifier les questions et besoins de sa cible.
- Produire un contenu utile et pertinent.
- Adapter le contenu à l'intention de recherche.
- Développer une stratégie de contenu cohérente avec ses objectifs SEO.

Atelier pratique
Optimisation d'un contenu existant.

MODULE 7 — ANALYSER ET AMÉLIORER SA VISIBILITÉ

Mesure r les performances

- Identifier les indicateurs pertinents.
- Mesurer les résultats de ses actions.
- Analyser les performances des contenus.
- Identifier les points forts et les points d'amélioration.

Optimiser sa stratégie

- Identifier les contenus à améliorer.
- Adapter les contenus aux résultats obtenus.
- Ajuster les mots-clés.
- Améliorer la structure et la pertinence des contenus.
- Définir les actions prioritaires à mettre en œuvre.

Atelier pratique
Diagnostic SEO et plan d'amélioration.

MÉTHODES ET MODALITÉS

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les méthodes pédagogiques mobilisées

- Apports théoriques.
- Démonstrations.
- Exercices pratiques.
- Études de cas concrets et personnalisés.
- Mises en situation.
- Travaux individuels de transposition.
- Échanges d'expériences.
- Accompagnement et suivi individuel.
- Construction d'un plan d'action.

MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Les moyens et supports pédagogiques mobilisés comprennent :

- Formation en visioconférence.
- Support pédagogique numérique.
- Exercices guidés.
- Outils numériques : Canva, CapCut, Trello, Notion, Meta Planner , Meta Business Suite.

Les outils numériques sont utilisés dans le cadre des démonstrations et des exercices pratiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Positionnement initial : Évaluation diagnostique des compétences en début de formation.
- Évaluation des acquis : Mises en situation, exercices pratiques guidés, études de cas et QCM de fin de formation.
- Suivi d'exécution : Signatures des feuilles d'émargement co-signées par demi-journée.
- Attestation : Remise d'une attestation de fin de formation à chaque participant.

ACCESSIBILITÉ

Accessibilité aux personnes en situation de handicap
La formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Un aménagement spécifique peut être étudié selon les besoins. N'hésitez pas à nous contacter en amont pour échanger sur vos besoins.

COMMENT S'INSCRIRE ?

Trois moyens simples pour vous inscrire à cette formation :

