

**MAÎTRISEZ LES
DERNIÈRES TECHNIQUES
WEBMARKETING POUR
FAIRE EXPLOSER VOTRE
MARQUE**

slice

www.slice.club

LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Mettre en place une stratégie webmarketing

Découvrez comment élaborer une stratégie webmarketing percutante en exploitant pleinement les outils et leviers à votre disposition. Développez un plan d'action solide et durable pour propulser les performances de votre marque.

Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing

Explorez les multiples leviers à votre disposition et apprenez à les utiliser avec assurance. Maximisez l'impact de chaque action en comprenant les subtilités de chaque levier.

Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing

Mettez en place un suivi intelligent pour mesurer et analyser les résultats de vos actions. Grâce à ces précieuses informations, affinez votre stratégie et atteignez des niveaux de performance encore plus élevés. Vos résultats seront tangibles et évolutifs.



slice



LES INFORMATIONS

Au cours de cette formation, vous explorerez des modules qui fournissent toutes les clés nécessaires pour promouvoir efficacement une entreprise, augmenter sa visibilité et accroître son chiffre d'affaires grâce au marketing digital.

Les personnes ciblées

La formation et la certification s'adressent à un public de professionnels souhaitant mettre en place une stratégie de webmarketing en vue de développer l'activité de leur entreprise.

Niveau et public :

- Débutants / Intermédiaires
Responsable et Chargé de communication, Chef de projet
- Indépendant, Entrepreneur...



Les critères

Les prérequis: Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet.

Le matériel nécessaire:

Posséder un ordinateur ou un smartphone avec accès à Internet afin de pouvoir visionner les vidéos et télécharger les documents écrits nécessaires.

Être en mesure de faire des visioconférences via webcam sur les plateforme Google meet ou Zoom

En pratique

Prix: 2490€

Durée totale:
35 heures

Formateur:

Consultant formateur Webmarketing

Les modes d'enseignements:

- Des vidéos
- Des quiz et des évaluations
- Des résumés écrits
- Des commentaires
- Un suivi personnalisé

slice

LES INFORMATIONS



La formation est en e-learning avec une partie assurée par un formateur de l'équipe Slice Media.

La partie assurée par notre formateur peut avoir lieu **en visioconférence ou bien en physique dans nos locaux à Paris, Place de la Bourse.**

slice



slice

À PROPOS

Slice Media est une agence de publicité Social Ads, basée à Paris depuis 2019. Elle est spécialisée dans la propulsion de marques de tous secteurs et tailles grâce à des campagnes publicitaires performantes.

Grâce à notre expertise, nous avons la chance d'aider de nombreuses marques à se développer et atteindre une vraie croissance saine et rentable.

Pour toucher le plus grand nombre de société, et par amour de la transmission, nous avons décidé de partager nos connaissances à travers une formation répondant aux besoins de nos clients.

Cette formation complète, fruit de notre engagement et de notre passion, vous fournira toutes les clés pour réussir dans le marketing en ligne.

Toute l'équipe Slice Media est heureuse de partager son savoir-faire et tellement impatiente de vous accompagner vers le succès en ligne!

Un mot sur moi, Allison, dirigeante de Slice Media

J'évolue depuis 10 ans dans l'univers du Marketing Digital. J'ai travaillé en France pour des start-ups à forte croissance. Mais aussi **à Los Angeles aux USA où on m'a donné ma chance pour développer la stratégie de Marketing Digital d'une marque de luxe.** Après un succès indéniable, j'avais pris goût au Marketing Digital!

En rentrant en France, j'ai développé des e-commerces, des stratégies pour ma clientèle dans le secteur du luxe. Et surtout... J'ai suivi ma passion de la transmission **en devenant Professeur de Marketing pour des Master M1 et M2.**

Aujourd'hui je poursuis ce fil rouge passionnant, je suis fière de ma clientèle et de ces belles performances et je cherche à les aider encore plus dans leur développement en sortant ma première formation!

slice



MODULE 1

**Construire et comprendre les bases d'une
stratégie de Marketing digital**

MODULE 8

MODULE 8

**ANALYSE ET REPORTING - MESUREZ, ANALYSEZ
ET OPTIMISEZ VOS EFFORTS MARKETING**

MODULE 1

Construire et comprendre les bases d'une stratégie de Marketing digital

Partie 1 : Introduction au Marketing Digital

Introduction, définition, les données clés

Mettre en place une veille pour maintenir ses connaissances webmarketing à jour

Conduire une analyse du marché

Conduire une enquête client

Audit d'un e-shop

Les leviers d'acquisition B2C

Les leviers d'acquisition B2B

Définir votre marque (ADN de marque / le branding / Proposition de valeur / Positionnement et Différenciation)

Définir votre Persona

Le Framework AARRR

Etude de cas sur les leviers d'acquisition

Partie 2 : Définir ses objectifs et mettre en place sa stratégie

Les indicateurs de performance (Réseaux sociaux, e-shop, email, LTV)

Fixer des objectifs SMART pour une stratégie marketing performante

Etablir un plan d'action (airtable, roles, durées, KPIs à suivre)

Définir un calendrier éditorial

Le brief : le point de départ essentiel de toute stratégie

Le budget et les ressources pour déployer une stratégie (profils recrutement budget)

Partie 3: E-reputation

Pourquoi c'est important?

Comment la contrôler?

L'importance de la modération

Comment l'améliorer?



MODULE 2

**L'art de l'Email Marketing:
Engagez et convertissez avec des campagnes
percutantes**

MODULE 2

**L'art de l'Email Marketing:
Engagez et convertissez avec des campagnes
percutantes**

Partie 1 : Pensez et mettre en oeuvre son email marketing

Email automatiques (notifications)

Newsletter

Automatisation

Partie 2 : Decouvrir les solutions d'email marketing

Présenter Mailchimp

Présenter Omnisend

Présenter Lemlist

Partie 3 : Mettre en place une campagne emailing en pratique

Les étapes (sujet, corps, call to action etc)

Etude de cas pour une marque B2C

Partie 4 : Conseils pour une stratégie d'email marketing performante en B2C et B2C

En B2C

Objet d'email et taux d'ouverture

Sémantiques à utiliser

Sémantiques à ne pas utiliser

Les objectifs KPIs à viser et atteindre

Les erreurs à éviter (poids des emails, spamming et nettoyage de base etc)

En B2B

Objet d'email et taux d'ouverture

Sémantiques à utiliser

Sémantiques à ne pas utiliser

Les objectifs KPIs à viser et atteindre

Les erreurs à éviter (poids des emails, spamming et nettoyage de base etc)



MODULE 3

SEO : Comment se placer au sommet des résultats de recherche

MODULE 3

SEO : Comment se placer au sommet des résultats de recherche

Partie 1 : Préparation et création d'une boutique en ligne

Découvrez les secrets de votre concurrence : Analyse du marché et des sites concurrents

Plongez dans le monde du e-commerce : Les clés de la réussite en ligne

Créez un univers captivant : Design et graphisme pour un site rassurant

Mettez en valeur vos produits en ligne : Des fiches percutantes et visuellement attrayantes

Partie 2 : Paramétrage et optimisation du référencement de votre site

Paramétrez votre boutique comme un pro : Les éléments essentiels pour votre site

Dominez les moteurs de recherche : Les secrets du référencement SEO révélés

Plongez dans l'audit SEO : Analyse et optimisation pour une visibilité maximale

Les clés de l'optimisation technique en SEO : Boostez votre site avec des facteurs essentiels

Partie 3: Optimisation continue et promotion de votre boutique

Soumission et suivi de l'indexation : Assurez-vous que votre site est visible

Maîtrisez l'optimisation éditoriale et le netlinking : Faites grimper votre site dans les résultats de recherche



MODULE 4

La puissance du SEA - Dominez les moteurs de recherche avec des publicités ciblées

MODULE 4

La puissance du SEA - Dominez les moteurs de recherche avec des publicités ciblées

Partie 1 : Les Fondamentaux de Google Ads

Pourquoi faire des campagnes sur Google Ads ?

L'interface de Google Ads : Explorez le terrain de jeu du succès

Structure de campagne : Bâissez des fondations solides pour votre succès

Objectifs et types de campagnes : Atteignez vos objectifs marketing avec précision

Partie 2 : Création et Gestion de Campagnes Performantes

Mots-clés puissants : Trouvez les clés de la réussite

Annonces qui marquent : Séduisez et convertissez votre audience

Ciblage précis : Touchez votre public idéal avec précision

Optimisation pour des résultats explosifs : Maximisez votre retour sur investissement

Partie 3 : Suivi et Analyse des Résultats

Suivi des conversions : Mesurez votre succès avec précision

Statistiques et rapports percutants : Faites parler les données

Amélioration continue : Réajustez et atteignez de nouveaux sommets



MODULE 5

Social Media : Maîtriser le Community Management en fédérant une communauté puissante autour de votre marque

MODULE 5

Maîtriser le Community Management en fédérant une communauté puissante autour de votre marque

Partie 1 : Les fondamentaux pour se lancer en community management

Définir une charte éditoriale et choisir les réseaux en fonction des objectifs

Présentation des différents réseaux sociaux et de leur atouts

Le brief comme point de départ

Partie 2 : Optimisez votre Présence sur les Réseaux Sociaux

Faites les Bons Choix parmi les formats

Explorez les différents formats : Reels, Stories, IGTV, vidéos, posts, feed, hashtags.

Les outils pour produire un maximum de contenu créatif

Construisez votre stratégie de contenu et planifiez avec Succès

Partie 3: Boostez l'engagement - Interaction et Croissance de votre communauté

Attirez des Followers en Abondance: Gagnez en Influence

Déployez des techniques éprouvées pour augmenter le nombre de vos abonnés

Engagez votre Communauté avec Habileté

Apprenez à interagir de manière efficace et captivante avec vos abonnés.

Maîtrisez les codes de Tiktok pour avoir une viralité

Partie 4: Un point sur LinkedIn - Développer sa notoriété et son personal branding via LinkedIn

Quel comportement adopter sur LinkedIn (profil, bio, activité)

Quels sont les formats phares de contenu à utiliser?

Ce qu'il faut faire et ne pas faire

Les outils indispensables



MODULE 6

Social Media : Boostez votre visibilité et maximisez vos conversions avec les campagnes publicitaires Social Ads

MODULE 6

Boostez votre visibilité et maximisez vos conversions avec les campagnes publicitaires Social Ads

Partie 1 : Booster vos ventes via Facebook Ads (3h)

Les fondamentaux pour se lancer sur Facebook Ads

Paramétrer votre compte rapidement

Analyser, interpréter et optimiser les bons KPIs

La méthode et stratégie pour obtenir amorcer une croissance

Cibler les bonnes audiences en utilisant la méthode de ciblage en entonnoir

La stratégie budgétaire à adopter pour piloter vos campagnes

Assurez votre croissance en maîtrisant la phase de scale

Partie 2 : Développer votre marque via Tiktok Ads (1h)

Les fondamentaux pour se lancer sur Tiktok Ads

Découvrez Spark Ads et les possibilités de ciblage propres à Tiktok Ads

Boostez votre visibilité et votre engagement avec des méthodes efficaces

Partie 3 : Le coeur de votre stratégie : Apprenez à produire du contenu performant pour vos Ads (4h)

Les typologies de contenu média (par parcours client, par industrie, par budget)

Les formats

Le layout

La sémiotique

Le copywriting

La font et couleurs

Le son et les outils

Un point sur les vidéos



MODULE 7

Relations publiques et influence - Créez une image de marque forte et influente

MODULE 7

**Influence Marketing : Créez une image de
marque forte et influente**

Partie 1 : Introduction au Marketing d'influence

Définitions et concepts clés

Importance du Marketing d'influence dans le paysage médiatique actuel

Partie 2 : Les fondements du Marketing d'influence

Introduction au Marketing d'influence et à son évolution récente

Identifier les acteurs clés et comprendre leur rôle dans le processus d'influence

Les différents types de collaborations avec les influenceurs

Partie 3: L'élaboration d'une stratégie de Marketing d'influence

Définir les objectifs et la cible de la campagne d'influence

Recherche et sélection d'influenceurs pertinents par secteur d'activité

Examiner et évaluer les influenceurs en vue de valider une collaboration

Création de contenus et formats adaptés pour les campagnes avec les influenceurs

Partie 4: La mise en œuvre de la stratégie de Marketing d'influence

Établir des partenariats avec les influenceurs et négocier les contrats

Suivre et mesurer les résultats de la campagne d'influence

Construire et gérer une la relation avec les influenceurs à long terme

Savoir mesurer les performances d'une collaboration



MODULE 8

Analyse et reporting - Mesurez, analysez et optimisez vos efforts marketing

MODULE 8

Analyse et reporting - Mesurez, analysez et optimisez vos efforts marketing

1. Les outils
2. L'approche "itérative" : Le "test and learn"
3. Mesurer les canaux et leur répartition

EXAMEN

À la fin de la formation, il sera nécessaire de passer **un examen certifiant ainsi qu'une étude de cas, d'une durée de 2 heures, pour obtenir la certification en "Développement de l'activité avec le webmarketing"**.

Pour valider vos compétences et obtenir cette certification, **vous devrez réaliser 3 cas pratiques accompagnés d'une présentation orale. Vous disposez de 15 jours pour accomplir ces 3 cas pratiques et les envoyer.** Une fois cela fait, votre formateur vous contactera pour organiser une session orale durant laquelle vous présenterez vos résultats et clarifierez certains aspects.

Pendant les deux semaines de préparation, vous pouvez poser vos questions. En cas de réussite à l'examen, **vous recevrez la certification en "Développement de l'activité avec le webmarketing" et pourrez la mentionner sur votre CV.**



FIN
Merci pour votre confiance!

slice