



Certification Compétences Webmarketing

Les compétences existent bel et bien mais elles sont souvent réparties entre divers collaborateurs (ou futurs collaborateurs). Lorsqu'un employeur recherche ces compétences en une seule personne, il se trouve embarrassé par un besoin de savoir faire transversal qu'un grand nombre de candidats ne peut que partiellement remplir. Ces besoins sont ressentis dans le secteur privé et le secteur public ou associatif, par les grands employeurs et les plus petits - qui ne peuvent se permettre de recruter 2 ou 3 collaborateurs pour rassembler des compétences multiples, mais cohérentes entre elles et nécessitant un seul temps plein, pas deux ou trois.

Le rôle prépondérant de l'image sur internet, la place de la vidéo, l'omniprésence des réseaux sociaux et des activités qui s'y rapportent (le community management, la protection de sa e-réputation, l'avant-vente et la gestion de la relation client...) réclament une modification de l'approche de la présence sur internet pour tous les professionnels.

Durée

150 heures

Objectifs

Objectif technique

Aucune création, mise en ligne, ou modification n'étant possible sans une réelle aisance dans le milieu technique d'internet, cette formation visera à fournir un socle solide de culture et de pratiques techniques dans les technologies internet.

L'objectif visé n'est pas de former des développeurs web ou des techniciens réseau, mais des collaborateurs à l'aise dans la pratique technique (outils logiciels, utilitaires, services en ligne, CMS...) pour maîtriser des outils de travail quotidiens, et à l'aise dans des discussions ou des négociations avec des prestataires extérieurs.

Par ailleurs, la nature évolutive des solutions techniques forçant l'adoption rapide de nouveaux outils, la formation visera à préparer les professionnels à détecter les nouveaux outils pertinents pour leur activité leur donnera les moyens de les

adopter rapidement.

Objectif stratégique

La création de contenus sur internet devient une compétence facilement accessible: l'enjeu est de savoir positionner son discours pour mettre en avant des produits, des services, des idées ou des sites, pour mettre en relation (en "réseau") des contenus et des interlocuteurs, ou pour défendre une réputation.

Pour atteindre cet objectif, il est indispensable d'avoir une vision globale des enjeux, des outils, et des contraintes liées à sa présence sur internet. Pouvoir maîtriser cette vision est un prérequis indispensable pour mettre en oeuvre les bonnes actions, avec les bons outils, et au bon moment.

D'autre part, si la maîtrise technique et rédactionnelle sont cruciales à la bonne exécution de ce type de missions, comprendre comment ces différents outils se complètent permet d'apprécier les priorités à mettre en oeuvre, y compris dans les questions touchant au "buzz", à la réputation, ou à la gestion de l'image: selon le public auquel on s'adresse, l'urgence de la situation, la complexité de l'information à diffuser, etc. Le choix des outils sera différent et les actions à déployer varieront.

Objectif rédactionnel

Le message prend des formes multiples sur internet, mais la capacité de concevoir et de diffuser un message clair, précis et adapté au bon public est cruciale. La formation vise à développer une compétence rédactionnelle adaptée :

- aux messages longs, construits et structurés, et adapté aux sites web
- aux messages courts typiquement utilisés sur les réseaux sociaux avec des tons plus informels
- aux messages d'accroche, comme les slogans ou les titres visant à synthétiser une idée en quelques mots

D'autre part, la pré éminence des images et de la vidéo sur internet impose de comprendre les ressorts des messages diffusés par ces vecteurs. La formation fournira les compétences permettant de concevoir des messages vidéos efficaces et adaptés.

Programme de formation

Traitement de l'image pour le Web : 28 heures

- Maîtriser les enjeux et les outils de création, de manipulation et de diffusion de l'image sur Internet
- Prise de vues avec appareils divers ; prise en compte de l'objectif de la prise de vue, de l'environnement lumière, couleurs, etc...
- Manipulation et modification de l'image (préparation pour une diffusion sur internet, conversion dans des formats différents et adaptés, taille, dimensionnement)
- Récupération d'images de sources et de format différents pour diffusion en ligne (sites web, emailings, réseaux sociaux...)
- Maîtrise des principaux outils de manipulation graphique
- Services en ligne de stockage, de partage, manipulation et de traitement des images

Réseaux sociaux : 52 heures

- Maîtriser l'environnement des Réseaux Sociaux
- Connaître le panorama des principaux réseaux sociaux (images, vidéos, génériques, professionnels, micro-blogging...)
- Pouvoir, savoir faire une veille efficace sur les réseaux et pouvoir agir dans les bons délais, et a bon escient

- Connaître et savoir utiliser les outils, utilitaires et services fluidifiant la pratique des réseaux sociaux
- Pouvoir recruter, animer une communauté d'utilisateurs, de fans, et promouvoir des produits, des usages, des concepts ou des idées
- Savoir mettre en place des actions de marketing viral, de « buzz » auprès de sa communauté
- Gérer la réputation de son entreprise / collectivité, pouvoir la mesurer et l'influencer
- Savoir comment agir en cas de menace pour la réputation ou l'intérêt de l'entreprise (en concertation avec un service juridique)
- Comprendre le fonctionnement et le principe des RSE (Réseaux sociaux d'entreprise)

Droit : 7 heures

- Maîtriser les fondamentaux réglementaires liés aux contenus textes et image sur internet
- Comprendre les contraintes et les limites des textes de la CNIL
- Aborder les principaux textes régissant le droit sur internet
- Comprendre et savoir gérer les enjeux du droit à l'image, de la propriété intellectuelle
- Avoir des notions de base des contraintes juridiques spécifiques à internet, en France, dans l'UE et dans le monde

Communication Web : 21 heures

- Communiquer dans un contexte professionnel
- Communication d'entreprise
- Concevoir, animer sa newsletter
- Campagnes de publicité (régies Google, Facebook, bannières...)

Animation de site Web : 42 heures

- Créer des contenus en ligne, et les faire vivre
- Connaître les principaux outils de création de contenus en ligne (CMS) – avantages, contraintes, risques : Drupal, Joomla et WordPress, et savoir créer un site avec ces outils, les mettre à jour et les faire évoluer
- Maîtriser les fondamentaux d'un site actuel (usages, ergonomie, attentes de l'internaute, tendances) et savoir faire de la veille sur ces tendances)
- Avoir une maîtrise technique des outils web (HTML, CSS) pour la création des sites
- Savoir comprendre et exploiter les services d'analyse de trafic sur internet (Google Analytics)
- Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel (SEO), pouvoir les mettre en œuvre, et savoir faire de la veille pour détecter, et appliquer les modifications nécessaires aux sites optimisés

Public visé

- Secrétaires (partiellement ou non) chargé/es de communication
- Chargé/es de communication non-initiés aux usages de l'internet
- Salarié/es travaillant sur l'image et la communication externe
- Vendeurs ou commerciaux
- Professionnels en reconversion ou en réorientation en formation initiale ou continue
- Demandeurs d'emploi ...

Prérequis

- Avoir accès à sa messagerie pendant la formation (création de compte, etc.)

- Avoir des comptes sur les différents réseaux sociaux n'est pas indispensable- les comptes seront créés pendant la formation
- Intérêt, curiosité pour le e-marketing
- Maîtrise des fondamentaux de l'informatique (souris, clavier, fenêtres Windows, etc...)

Des professionnels de chaque discipline évalueront des tests subis par les participants, et jugeront si les compétences visées sont atteintes. Un total de 5 tests répartis pendant toute la durée de la formation, sera réalisé. Si les compétences visées sont atteintes, le participant obtiendra la qualification.

Modalités de suivis

- Il est demandé aux stagiaires à chaque début de demi-journée la signature de la feuille de présence.
- Durant la formation, le formateur veille à la bonne compréhension et acquisition de l'information au travers de questions posées aux stagiaires.

Moyens pédagogiques

- Plateforme de travail collaboratif
- Centre de ressources multimédia
- Supports multimédia
- Sites web et utilitaires connexes
- Services en ligne et logiciels de création et d'édition de newsletter
- Services en ligne et logiciels de création de sites (WordPress, Joomla)
- Éditeurs de CSS et HTML
- Comptes en ligne Analytics
- Diaporamas et cartes heuristiques
- Supports remis aux stagiaires