



2 - Manager et gérer sa structure

2.8 Maîtriser les bases du webmarketing pour promouvoir son offre de formation

Dates et lieux

2 jours soit 14 heures
De 9h à 17h

Session A : 16 et 17 avril 2018

CARIF Espace Compétences

Centre de vie Agora,
Bat A ZI Les Paluds
13400 AUBAGNE

Intervenants

Pour
« Les Yeux Rouges® »

Laura VELLI

Webmarketeur-formatrice.
Titulaire d'un Master en Management.
Responsable Marketing depuis 2003,
perfectionnement en Webmarketing et
Formatrice depuis 2015.

Public

Responsables commerciaux, chargés de
marketing ou communication au sein
d'organisme de formation.
Gérants d'organisme de formation.

Pré-requis

Maîtrise de l'outil informatique, bureautique
et la navigation internet.

Tarif

Module payant.

Le coût d'une journée de formation est de
170 euros par participant. Le CARIF n'est pas
assujéti à la TVA. La convention signée devra
être retournée au CARIF au plus tard le
1^{er} jour de formation. Le paiement sera
effectué sous 30 jours à réception de la
facture. Dans le cas où la formation n'est pas
prise en charge par l'OPCA, c'est l'organisme
de formation qui sera facturé.

Objectif

Objectifs généraux :

- Déterminer les cibles et objectifs de son OF afin d'élaborer sa stratégie webmarketing
- Appréhender les contraintes, notamment juridiques, liées à la communication dans le champ de la formation
- Sélectionner les actions webmarketing pertinentes
- Développer sa e-réputation en créant et animant une forte communauté virtuelle
- Formuler son offre via le cas concret d'une page professionnelle Facebook : utiliser les caractéristiques et paramètres, maîtriser les bons et mauvais usages, exploiter la boîte à outils

A l'issue de la formation les participants seront en mesure de :

- Elaborer leur stratégie webmarketing en tant qu'OF
- Maîtriser leur e-réputation
- Promouvoir leur offre de formation via les réseaux sociaux

Contenus

- Les étapes clés pour élaborer sa stratégie en tant qu'OF : cibles, objectifs, délais, budget, contraintes juridiques
- Présentation des différentes actions webmarketing envisageables : newsletters, référencement, campagnes publicitaires, réseaux sociaux...
- Sélection des actions webmarketing adéquates selon sa typologie
- Maîtriser sa e-réputation via 4 stratégies : prévention, veille, réaction, action offensive
- Promouvoir son offre de formation via les réseaux sociaux : cas pratique d'une page professionnelle Facebook
- Les publications efficaces, le fonctionnement de l'algorithme de Facebook
- Exploiter la boîte à outils des pages professionnelles de Facebook

Méthode et organisation pédagogique

La formation repose sur des enseignements théoriques et une méthodologie schématisée sous un angle didacticiel et sous forme de mind map. Des ressources seront présentées, pour que les participants puissent acquérir une autonomie post-formation.

Alternance d'exposés, exemples, démonstrations et cas pratiques pour renforcer l'apprentissage. « Trucs & astuces à privilégier », « pièges & erreurs à éviter », travaux individuels et en groupe séquenceront le programme. Des exercices concrets seront demandés sur l'interface de Facebook, afin d'en exploiter la diversité des outils mis à disposition.

Nous recommandons vivement aux participants d'apporter leur ordinateur portable (tablette et téléphone déconseillées, car fonctionnalités avancées restreintes sur les réseaux sociaux). Se munir des codes d'accès à l'administration du compte professionnel Facebook.

Evaluation

Le formateur s'appuiera sur la qualité des réponses fournies lors des cas pratiques, exemples, tours de tables, réactions lors des illustrations des bons et mauvais usages... Une importante partie de l'évaluation sera déterminée lors d'exercices pratiques liés aux outils professionnels Facebook. Enfin, des travaux individuels et en groupe permettront d'évaluer la capacité des personnes à mettre en application les théories et cas concrets présentés.

Je m'inscris



www.espace-competences.org

Rubrique : Acteurs de la formation /
Le dispositif de professionnalisation du CARIF