



ArtAccompagnement



CATALOGUE DE FORMATIONS

ANNEE 2024

Parcours créateur / repreneur entreprise

E-commerce shopify & livraison directe

Internet & réseaux sociaux

Ateliers numériques

Bureautique & contexte professionnel

DIGITAL STRATEGY



Parcours complet du créateur « créer ou reprendre une entreprise »

Objectifs : L'objectif principal est l'acquisition de compétences entrepreneuriales liées à l'exercice de la fonction de dirigeant d'une entreprise. Ces actions de formation permettront de bénéficier de prestations allant de l'aide au montage du projet à l'appui pour le démarrage de l'entreprise et de permettre à l'apprenant d'aborder tous les sujets liés à sa création d'entreprise. Le but de la formation est de comprendre toutes les étapes de la création d'une entreprise et d'identifier les éléments clés du projet et vérifier la faisabilité de ce dernier pour réussir son projet entrepreneurial. Pour rendre la formation la plus concrète et opérationnelle possible nous utiliserons une étude de cas pour que l'apprenant se mette dans la peau d'un chef d'entreprise d'une DNVB (Digital Native Vertical Brand) avec comme objectif central la mise en œuvre du plan tactique et des stratégies à appliquer pour distribuer directement les produits ou services aux consommateurs via la création d'un site e-commerce de marque et la commercialisation de ces derniers via les réseaux sociaux et des tunnels de vente et entonnoirs de conversion.

Public : Futur entrepreneur souhaitant créer son entreprise

Prérequis : Admission sur dossier → [Auto-évaluation en ligne](#)

Module 1 : De l'idée au projet de création d'une entreprise

- **Compétences entrepreneuriales nécessaires**
 - Présentation des compétences nécessaires au chef d'entreprise
 - Mettre ses compétences au service de son projet
 - Prendre conscience de ses forces, faiblesses, valeurs, menaces, opportunités, passions et problèmes de société afin de concevoir un projet entrepreneurial cohérent (analyse SWOT avec un jeu de rôle)
 - Enquête : Savoir si vous êtes armé pour l'entrepreneuriat
- **Choisir une structure juridique appropriée à une entreprise**
 - présentation des différentes formes
 - comparaison des avantages et inconvénients
- **Comprendre les différents régimes fiscaux :**
 - présentation des différents régimes
 - comparaison des avantages et limites
- **Comprendre le Régime Social des Indépendants en partenariat avec le RSI :**
 - présentation du régime, des calculs de cotisations, des montants des prestations
 - **Informations clés sur le régime d'imposition de la micro-entreprise ou de la déclaration contrôlée**
- **Connaître les principales aides :**
 - aides à la création nationales, régionales, territoriales, selon son statut personnel
- **Où s'adresser pour déclarer son entreprise**
 - présentation du centre de formalités des entreprises, des modalités de fonctionnement et des conséquences administratives d'une immatriculation



- Réaliser simplement son immatriculation en ligne en toute sécurité sur le guichet-unique de l'Inpi et être aidé dans les différentes démarches.

Validation des acquis Bloc de compétences 1

Adéquation projet / Marché - Identifier les points forts, les points faibles et les points bloquants de votre projet - Valider les grands ensembles de votre projet - Choisir le bon statut, les régimes fiscaux et sociaux et les critères de choix - Établir un plan d'actions pour passer de l'idée à l'action

Module 2 : Business plan d'une entreprise

- **Connaître son marché pour mieux vendre :**
 - Réaliser une étude de marché : Demande/offre et environnement
 - Mettre en pratique une démarche d'identification du besoin client
 - Présentation d'une étude de marché
 - Analyse de la clientèle, de la concurrence, documents commerciaux
 - Définir les besoins, ses cibles et la rentabilité de son projet
- **Aspects économique, financier, juridique, marketing, stratégique**
 - Définir une politique tarifaire & stratégie d'implantation
 - Définir un positionnement stratégique pertinent en cohérence avec l'étude de marché et pouvoir se démarquer
 - Savoir élaborer un business plan simple et efficace à destination des banques et des partenaires
- **Présentation des outils & documents comptables**
 - Utilisation d'un logiciel comptable gratuit & en ligne
 - Mise en place de documents comptables prévisionnels sur 3 ans issus du business plan
 - Plan de financement
 - Compte de résultat
 - Plan de trésorerie avec indicateurs de performance (kpi)
 - Soldes intermédiaires de gestion
 - BFR minimum pour démarrer (besoin en fond de roulement)
 - Bilan synthétique
 - Structure financière
 - Equilibre financier
 - Etat des dettes
 - Immobilisations à prévoir
 - Simulation de prêt professionnel basée sur le plan de financement prévisionnel
 - Calculer un seuil de rentabilité, la CAF (capacité d'autofinancement, la TVA, le BFR et l'état des dettes et immobilisations à venir).

Validation des acquis Bloc de compétences 2

Identifier et se positionner sur la dynamique de son marché (clientèle cible, zone de chalandises, concurrents) - Etude de son marché - Définition des axes stratégiques à adopter en fonction des opportunités et menaces du marché et forces et faiblesses identifiées - Définition du positionnement et élaboration de la stratégie de différenciation et proposition de valeur - Elaboration de la stratégie d'implantation – Analyser les indicateurs de performance et rentabilité du projet - Appréhender les documents de synthèse comptables - Lire et comprendre un compte d'exploitation spécifique - Piloter et anticiper sa trésorerie - Réaliser l'étude prévisionnelle de son projet d'installation - Identifier ses ressources et les points clés de la faisabilité de son projet - Calculer son chiffre d'affaires prévisionnel - Contrôler la viabilité économique et financière de l'activité et appréhender la rentabilité du projet en intégrant la capacité à rembourser les engagements bancaires.



Module 3 : Mise en oeuvre de la stratégie digitale sur le Web et plan d'actions de communication

- Définir une stratégie digitale en accord avec le positionnement stratégique de l'entreprise
- Cibler les actions commerciales les plus adaptées à son audience via une étude de cas relative à la création d'une **DNVB** (Digital Native Vertical Brand) avec comme objectif central la mise en œuvre du **plan tactique et des stratégies** à appliquer pour distribuer directement les produits aux consommateurs via la création d'un site **e-commerce de marque** et la commercialisation de ces derniers via les réseaux sociaux et des **tunnels de vente et entonnoirs de conversion**.
- Identifier les bons canaux d'acquisition client et les utiliser
- Elaboration du marketing Mix
- Identifier les différents types de campagnes Adwords (facebook, google...)
- Connaître les leviers d'acquisition de prospects et fidélisation clients
- Estimer le coût d'une campagne d'acquisition client et le mettre en perspective avec le retour sur investissement et le taux de conversion
- Calculer un ROI et un taux de conversion
- Utiliser les bons outils pour créer un site internet marchand et/ou vitrine
- Savoir créer des pages entreprises sur les réseaux sociaux

Validation des acquis Bloc de compétences 3

Les fondamentaux du marketing stratégique - Elaboration du marketing Mix : politique de produit (construction de l'offre prestations et services), élaboration des prix, mise en marché et communication – Savoir réaliser des actions de prospection - Elaboration d'une stratégie de communication globale - Créer les outils de communication adaptés à son entreprise et valoriser son identité dans sa stratégie commerciale - Faire du Web 3.0 un atout pour le développement de son activité

Module 4 : Comment valoriser son image professionnelle

- **Pitcher le besoin de financement devant des partenaires financiers**
- **Réaliser des pitches structurés, concis, crédibles et convaincants**
- **Gagner en confiance et en aisance à l'oral**
- **Adapter le discours à des publics différents**

Validation des acquis Bloc de compétences 4

Mindset – gagner en confiance – présentation projet à l'oral



Module 5 : phases avant, pendant et après démarrage de l'activité e-commerce

Avant

- **Construction de votre identité visuelle et votre image de marque**
 - Logo et branding
 - Charte graphique
 - Carte de visite et flyers

Pendant

- **Mettre en place une organisation administrative et comptable efficace**
- **Trouver ses premiers clients en se démarquant de ses concurrents :**
 - Clarifier et sécuriser son projet commercial
 - Prospector et valoriser son offre via des points de conversion
 - Créer ses outils de communication et pages dédiées adaptés à son entreprise d'e-commerce en tenant compte du marketing mix
 - Valoriser son identité dans sa stratégie commerciale.
 - Choisir son (ses) circuit(s) de distribution
 - Définir son juste prix et son coût de revient

Après

- **Savoir fidéliser ses clients en proposant différents outils, programmes et techniques**
- **Connaître le calendrier des déclarations**
- **Remplir ses obligations et procéder aux télédéclarations seul à partir de l'espace professionnel accessible depuis le site impots.gouv.fr ou avec un partenaire habilité pour l'échange de données informatisé (EDI) afin de :**
 - déposer les déclarations de résultats et les liasses fiscales ;
 - déclarer et payer la TVA ;
 - payer l'impôt sur les sociétés (IS), la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE), la cotisation foncière des entreprises (CFE), la taxe sur les salaires (TS), les prélèvements sur les revenus de capitaux mobiliers.

Validation des acquis Bloc de compétences 5

Identité visuelle – landing page – tunnels de conversion – Branding – maîtrise du marketing mix ou 4P le Produit, le Prix, la Place (distribution) et la Promotion (communication) – Anticiper l'organisation administrative et comptable de son entreprise - Trouver ses clients en étudiant son marché et en se démarquant de ses concurrents – Etre capable de fidéliser sa clientèle - faire ses télédéclarations seul ou accompagné -

Notre approche

Formation distancielle ou sur site par groupe de 10 participants maximum / Accès plateforme e-learning / Alternance théorie pratique / Validation des acquis exercices et étude de cas / Supports de cours présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation de vos besoins / Audit téléphonique / Evaluation de départ / Suivi des inscriptions / Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap si nécessaire.



Internet E-commerce & réseaux sociaux



Solution complète E-COMMERCE Shopify / Stratégie / livraison directe / SEO / SMO / SEA / SMA / Facebook Ads / Google Ads

Objectifs : L'objectif général est de gagner en savoir-faire et monter en compétence dans les domaines du e-commerce, du média social et du marketing digital. A l'issue de la formation le e-commerçant sera en mesure d'utiliser les bons leviers numériques et la mise en place d'un plan d'actions afin de contribuer à la mise en œuvre et au développement du projet de création ou de reprise d'une entreprise et à la pérennisation de son activité.

Public : E-commerçant déjà installé ou entrepreneur souhaitant créer sa boutique en ligne

Prérequis : Admission sur dossier → [Auto-évaluation en ligne](#)

Chapitre 1 : Élaborer une stratégie web pour un e-commerce

- Etat d'esprit (mindset)
- Définition e-commerce et les modèles de vente à distance
- Planifier la stratégie commerciale sur le Web et les priorités d'action de communication
- Plan d'actions, objectifs et kpi
- Construire son Identité visuelle sur le web
- Marché, niche et produits
- Création d'une boutique de marque avec shopify
- Aspect réglementaire et juridique d'un e-commerçant

Chapitre 2 : Configuration de votre e-commerce avec Shopify

- Inscription et connexion à votre boutique en ligne
- Rédiger les mentions légales et les conditions générales d'utilisation, de vente ainsi que les politiques de remboursement d'un produit et la politique de confidentialité
- Réglages de la boutique
- Choisir le thème idéal pour votre boutique
- Création collections manuelles et automatiques
- Ajouter vos premiers produits propriétaires
- Remplir une fiche produit efficace avec un éditeur wysiwyg
- Configurer les méthodes de paiement
- Configurer les zones de livraison
- Sélectionner un nom de domaine personnalisé
- Configurer l'adresse mail professionnel de votre boutique
- Enregistrer des scénarios automatisés de parcours utilisateur



Chapitre 3 : Implémenter à votre e-commerce une solution en dropshipping

- Définition du dropshipping ou livraison directe
- Comment choisir la bonne plate-forme pour son e-commerce en dropshipping ?
- Choix des fournisseurs en fonction de l'activité
- Vendre des produits non propriétaires sur shopify en utilisant des applications de dropshipping
- Comment sourcer des produits et quel support de vente privilégier pour réussir son e-commerce en dropshipping ?
- Importer directement vos autres produits et variantes de votre fournisseur en dropshipping en livraison directe dans shopify
- Suivi des stocks et prise de décision en cas de rupture chez le fournisseur
- Traiter les commandes dans shopify (produits propriétaires et non propriétaires)
- Traiter les commandes en tant que dropshipper
- Logisticiens pro
- Print On Demand
- Packaging minimum viable
- Agents privés d'approvisionnement
- Gestion des demandes et des suivis
- Gestion du SAV et du back-end

Chapitre 4 : Référencement naturel et payant

- Les leviers du webmarketing
- Comment améliorer sa stratégie web
- LA PERFORMANCE D'UN SITE WEB
- Le référencement et les techniques d'optimisation
 - Analyse des résultats d'une recherche
 - SEO contre SEA
 - Principe de fonctionnement d'un moteur de recherche
- Les principes du SEO : les 3 piliers
 - Technique
 - Sémantique
 - Réputation
- Principe de la longue traîne
- Typologie des requêtes
- Couverture sémantique et ciblage
- Les bonnes pratiques et les pièges à éviter en matière de conception de site Web
- Frais supplémentaires d'applications SEO et AUTRES
- Optimisation on site et off site
- Stratégie de netlinking, liens entrants et sites référents
- Optimisation de contenu avec les données structurées
- Référencement des pages et produits dans shopify
- Référencement des images



Chapitre 5 : Élaborer une stratégie marketing dans shopify

- Mise en place de la Stratégie
- Les différents canaux de vente
 - Online store
 - Facebook shop / Instagram shop / Chat Messenger
 - Shopify PDV
 - Bouton d'achat
 - Cdiscount, Amazon, eBay, Google shopping
- Marketing de contenu
 - Activité de la Page facebook (événement, publication, offre couplée avec site internet)
 - Constructeur de pages de vente et autres landing pages
 - Publication de posts automatique sur facebook et instagram
- Campagnes marketing par email
- Campagnes marketing par sms
- Marketing pour ventes et remises
 - Mettre en place des cartes cadeaux
 - Codes de Reduction et réduction auto
 - Barre expédition gratuite
- Promouvoir vos produits grâce à de la publicité
 - Définissez et identifiez vos audiences cibles
 - Création d'une campagne d'acquisition Facebook ads
 - Exemple avec Google ads express
 - Autres régies publicitaires (Snapchat ads, Pinterest ads, Twitter ads, LinkedIn ads, Tic toc ads...)
- Marketing d'influence
- Marketing pour fidéliser la clientèle
- Tunnels de vente et de conversion

Chapitre 6 : Analyse des cibles, du trafic, de l'indexation et des résultats

- Analyse de vos résultats dans shopify
- Mesure d'audience et analyse des résultats avec différents outils.
- Analyse de vos résultats dans business manager avec le pixel Facebook
- Analyse de vos résultats dans Google analytics
- Analyse de votre référencement avec la Google search console

Conclusion : Résumé des stratégies et rappel du plan d'actions

Notre approche

Formation distancielle ou sur site par groupe de 6 participants maximum / Accès plateforme e-learning / Alternance théorie pratique / Validation des acquis exercices et étude de cas / Supports de cours présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation des connaissances et des besoins / Audit téléphonique / Evaluation de départ / Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap si nécessaire.



E-COMMERCE version courte (35 heures) / Stratégie Facebook Ads & Dropshipping

Objectifs : L'objectif général est de gagner en savoir-faire et monter en compétence dans les domaines du e-commerce, du média social, du dropshipping et du marketing digital. A l'issue de la formation le e-commerçant sera en mesure d'utiliser les bons leviers numériques et la mise en place d'un plan d'actions afin de contribuer à la mise en œuvre et au développement du projet de création ou de reprise d'une entreprise et à la pérennisation de son activité.

Public : E-commerçant déjà installé ou futur entrepreneur souhaitant créer sa boutique en ligne

Prérequis : Admission sur dossier → [Auto-évaluation en ligne](#)

Chapitre 1 : Configuration de votre e-commerce avec Shopify

- Inscription et connexion à votre boutique en ligne
- Rédiger les mentions légales et les conditions générales d'utilisation, de vente ainsi que les politiques de remboursement d'un produit et la politique de confidentialité
- Réglages de la boutique
- Choisir le thème idéal pour votre boutique
- Création collections manuelles et automatiques
- Ajouter vos premiers produits propriétaires
- Remplir une fiche produit efficace avec un éditeur wysiwyg
- Parcours utilisateur : comment éduquer son client
- Configurer les méthodes de paiement
- Configurer les zones de livraison
- Sélectionner un nom de domaine personnalisé
- Configurer l'adresse mail professionnel de votre boutique
- Traiter les commandes dans shopify sur produits propriétaires

Chapitre 2 : Implémenter à votre e-commerce une solution en dropshipping

- Définition du dropshipping
- Comment choisir la bonne plate-forme pour son e-commerce en dropshipping ?
- Choix des fournisseurs en fonction de l'activité
- Vendre des produits non propriétaires sur shopify en utilisant des applications de dropshipping
- Comment sourcer des produits et quel support de vente privilégier pour réussir son e-commerce en dropshipping ?
- Importer directement vos autres produits et variantes de votre fournisseur en dropshipping en livraison directe dans shopify
- Suivi des stocks et prise de décision en cas de rupture chez le fournisseur
- Traiter les commandes de produits issus du dropshipping dans shopify
- Print On Demand
- Gestion des demandes et des suivis, du SAV et du back-end



Chapitre 3 : Élaborer une stratégie marketing dans shopify

- Mise en place de la Stratégie
- Les différents canaux de vente
 - Online store
 - Facebook shop / Instagram shop / Chat Messenger
 - Bouton d'achat
- Marketing de contenu
 - Activité de la Page facebook (événement, publication, offre couplée avec site internet)
 - Publication de posts automatique sur facebook et instagram
- Marketing pour ventes et remises
 - Mettre en place des cartes cadeaux
 - Codes de Reduction et réduction auto
 - Barre expédition gratuite
- Campagnes marketing par email
- Promouvoir vos produits grâce à de la publicité
 - Définissez et identifiez vos audiences cibles
 - Facebook ads
 - Autres régies publicitaires (google ads, Snapchat ads, Pinterest ads, Twitter ads, LinkedIn ads, Tic toc ads...)

Notre approche

Formation distancielle ou sur site par groupe de 6 participants maximum / Accès plateforme e-learning / Alternance théorie pratique / Validation des acquis exercices et étude de cas / Supports de cours présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation des connaissances et des besoins / Audit téléphonique / Evaluation de départ / Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap si nécessaire.



Accompagnement / Coaching (16 heures) / Identité visuelle / Stratégie / SEO & SMO / Facebook & Google Ads



16 heures

1755



Objectifs : Accompagner individuellement tout créateur ou porteur d'un projet e-commerce dont l'objectif principal est l'acquisition de compétences en e-commerce et en webmarketing. L'accompagnement portera sur l'une ou plusieurs des thématiques ci-dessous concourant directement à la mise en oeuvre de votre projet et/ou au développement de votre boutique en ligne et à la pérennisation de cette dernière.

D'autre part cet accompagnement nécessite de faire un audit précis de vos besoins. Après inscription à ce coaching un devis vous sera transmis reprenant les éléments de l'audit dans un cahier des charges.

Public : E-commerçant déjà installé ou futur entrepreneur souhaitant créer sa boutique en ligne

Prérequis : Admission sur dossier → Auto-évaluation en ligne et attestation sur l'honneur (seulement si financement via le cpf pour vérifier le statut du futur apprenant)

Cet accompagnement portera sur l'une ou plusieurs des thématiques ci-dessous

- Construction de votre identité visuelle pour un e-commerce de marque
- Mise en oeuvre de la stratégie digitale sur le Web et plan d'actions de communication
- Connaître son marché : analyse du secteur, de la clientèle, de la concurrence, utilisation de documents commerciaux
- Savoir se positionner sur un segment de marché et trouver les bons produits en dropshipping.
- Trouver le bon fournisseur et faire du Print On Demand
- Configuration optimale de votre e-commerce avec la plateforme CMS Shopify
- Référencement naturel et payant avec plan sémantique
- Commercialiser vos produits directement sur votre page pro Facebook avec l'onglet boutique
- Commercialiser vos produits directement sur votre compte pro Instagram avec la fonctionnalité Instagram Shopping
- Commercialiser vos produits sur les Marketplaces (amazon, ebay, aliexpress, etsy, cdiscount...)
- Créer des pages de vente et tunnels efficaces pour mettre en avant vos produits ou ceux des autres e-commerçants via des plateformes d'affiliation marketing
- Création de campagnes publicitaires complètes facebook ads
- Création de campagnes publicitaires complètes google ads
- Analyse de vos cibles et mesures des résultats avec pixel facebook, l'API de conversion FB et google analytics
- Définir les besoins et la rentabilité de votre projet : budget prévisionnel, préparation compte résultats, plan financement, calcul des indicateurs de performance (kpi) cout et calcul du prix de vente.

Notre approche

Coaching individuel & personnalisé à distance ou sur site / Accès plateforme e-learning / Alternance théorie pratique / Validation des acquis exercices et étude de cas / Supports de cours présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation des connaissances et des besoins / Audit téléphonique / **Evaluation de départ** / Coaching accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap si nécessaire.



Les leviers du web marketing

Niveau intermédiaire et avancé

Objectifs : L'objectif général est de gagner en savoir-faire et monter en compétence dans les domaines du e-commerce, du média social, du dropshipping et du marketing digital. A l'issue de la formation le e-commerçant sera en mesure d'utiliser les bons leviers numériques et la mise en place d'un plan d'actions afin de contribuer à la mise en œuvre et au développement du projet de création ou de reprise d'une entreprise et à la pérennisation de son activité.

Public : toute personne souhaitant monter en compétence dans le marketing digital

Prérequis : aucun

1. WebMarketing, définition, approche, cible et stratégie

- Définition du webmarketing dans la sphère du marketing digital
- Définissez et identifiez vos cibles
 - Portrait-robot de votre cible idéale
- Utiliser des canaux spécifiques à votre cible
 - Faut-il être présent partout
- Différence entre comportement clients en ligne et hors ligne

2. Elaborer une stratégie de contenu web

- Planifier la stratégie commerciale sur le Web et les priorités d'action de communication
 - Évolution du parcours client en ligne
 - Les objectifs de votre stratégie en ligne
 - Comment améliorer sa stratégie web d'entreprise ?
 - Analysez vos performances et adaptez vos objectifs
 - Le vocabulaire marketing
- Les bonnes pratiques et les pièges à éviter en matière de conception de site Web
- Comment les moteurs de recherche voient les pages Web
- Construire son Identité visuelle sur le web
- Définir ses objectifs : vente, trafic, offre touristique
- Plan SEO : analyse des mots clés avec Google adwords et Google Trends.

3. LA PERFORMANCE D'UN SITE WEB

- Comment les moteurs de recherche voient les pages Web
- Les notions importantes à maîtriser.
- Un trafic de qualité est un trafic ciblé.
- Un trafic qualifié engendre une meilleure conversion.
- Comment mesurer la performance de son site web.
- L'analyse de l'audience.
- Les indicateurs clés à suivre

4. Le référencement et les techniques d'optimisation

- Le référencement web 2.0



- Principaux moteurs, caractéristiques et principes de fonctionnement
- SEM : Search Engine Marketing ou regroupement de techniques marketing (SEO+SEA)
 - Le SEO : Search Engine Optimization ou référencement naturel
 - L'organisation des pages
 - Faites-vous remarquer grâce aux annonces sur les moteurs de recherche
 - Le SEA : Search Engine Advertising ou référencement payant
 - Introduction aux liens sponsorisés

5. Les outils du webmarketing : La pratique

- Premiers pas avec le marketing de contenu
- Les outils requis pour un marketing en ligne
- *Importance des AVIS*
- Marketing par courriel : Mettre en place une campagne emailing
- Exemple de campagne d'emailing

6. Exemple de campagne publicitaire avec google Adwords Express

- Choisir sa période de diffusion et son ciblage géographique, persona

7. Utilisation de Google Analytics

- Actions de conversion et catégorie de conversions
- Suivi de conversions dans google analytics

8. Mettre en place une campagne publicitaire complete avec google Adwords

- Définir les objectifs du site : trafic, notoriété, vente, leads, contacts, monétisation
- Définir l'objectif de votre annonce
- Outil de planification des mots clés
- Créer votre annonce
- Définir l'audience
- Budget et stratégie d'enchères.
- Création de la landing page

9. Créer et gérer ses publicités sur Facebook & instagram

- Gestion de vos pages, vos comptes publicitaires, vos annonces publicitaires avec le business manager de facebook
- Le gestionnaire de publicité power editor de Facebook
- Calculer votre budget et la durée de votre campagne publicitaire
- Les publicités avec un call to action personnalisé pour rediriger du trafic vers un site web
- Les publicités pour promouvoir les applications mobiles avec un call to action invitant les internautes à les télécharger
- Les publicités sous la forme de vidéos promotionnelles en format portrait ou paysage
- Les publicités sous le format de carrousel d'images pour promouvoir un ou plusieurs produits via une même annonce et différents visuels

10. Mesurer une audience, une conversion sur Facebook

- Créer des pixels de conversion Facebook pour mesurer les résultats de vos campagnes publicitaires
- Stats : Vue d'ensemble du pixel

Notre approche

Formation par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Audit téléphonique / **Evaluation de départ** / Suivi des inscriptions / **Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap.**



Google analytics

Niveau intermédiaire



16 heures

1755



Objectifs : Etre en mesure d'exploiter les données qui permettront de prendre des décisions pertinentes et d'actionner des leviers rentables. Découvrir l'essentiel de Google Analytics en ayant une vision à 360° de l'audience qui visite votre site Internet. Apprendre à connaître vos visiteurs, leur nombre, leur localisation, les pages qu'ils visitent, ainsi que les canaux du webmarketing utilisés pour atterrir sur votre site

Public : Toute personne chargée de communication ou d'une direction ou travaillant pour une agence de communication

Prérequis : Être à l'aise avec la navigation Internet et l'utilisation des moteurs de recherche

1. *S'initier à l'analyse numérique*

- Découvrir l'analyse numérique
- Comprendre les enjeux de l'analyse numérique
- Savoir à qui s'adresse l'analyse numérique
- Définir son plan de mesure

2. *Installer et configurer Google Analytics*

- Découvrir Google Analytics
- Créer un compte Google Analytics
- Comprendre le fonctionnement technique de Google Analytics
- Récupérer le code de suivi et l'installer sur son site
- Installer Google Analytics sur un site WordPress
- Installer Google Analytics via Google Tag Manager

3. *Explorer l'interface de Google Analytics*

- Comprendre la structure d'un compte Google Analytics
- Créer et paramétrer une propriété
- Créer et paramétrer une vue
- Configurer son compte avant de commencer
- Appréhender les rapports d'audience, d'acquisition et de comportement
- Découvrir le lexique de Google Analytics
- Utiliser le rapport en temps réel

4. *Comprendre le rapport d'audience*

- Définir le rapport d'audience
- Évaluer son audience
- Activer les rapports de données démographiques et les centres d'intérêt
- Profiter des données démographiques
- Analyser les centres d'intérêt de ses visiteurs
- Connaître la localisation de ses clients
- Mesurer les nouveaux visiteurs et les visiteurs réguliers
- Connaître les technologies utilisées par ses visiteurs



5. *Découvrir le rapport d'acquisition*

- Comprendre la notion de rapport d'acquisition
- Définir les canaux d'acquisition, les sources et les supports
- Analyser les canaux d'acquisition de son site Internet
- Connecter et exploiter Google Search Console
- Analyser l'impact des réseaux sociaux sur son site web
- Préparer et suivre ses campagnes

6. *Découvrir les rapports de comportement*

- Définir le rapport de comportement
- Analyser le comportement des internautes
- Analyser le parcours de ses visiteurs
- Distinguer la qualité de ses pages et de ses produits
- Analyser la vitesse de son site
- Profiter de son moteur de recherche en interne

7. *Découvrir les rapports de conversion*

- Passer en revue les principes de conversion et d'objectif
- Paramétrer et analyser des objectifs
- Analyser ses performances e-commerce

8. *Exploiter Google Analytics*

- Gérer les accès et les permissions
- Filtrer, segmenter et exporter les données
- Construire un tableau de bord
- Configurer des alertes
- Gérer et envoyer des rapports personnalisés
- Profiter des outils de visualisation de données

9. *Conclure sur Google analytics*

Notre approche

Coaching individuel & personnalisé à distance ou sur site /
Accès plateforme e-learning / Alternance théorie pratique
/ Validation des acquis exercices et étude de cas /
Supports de cours présentation PowerPoint et supports
pdf

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation des connaissances et des besoins / Audit téléphonique /
Evaluation de départ / Coaching accessible aux personnes en situation
d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap si nécessaire.



Google Ads / Accompagnement individuel à la création de campagnes publicitaires Google search, display et google shopping

Niveau intermédiaire et avancé

Objectifs : Connaître les principales techniques webmarketing, appréhender le vocabulaire et se familiariser avec les fonctionnalités de la régie publicitaire Google afin de développer le business en ligne.

Public : Toute personne chargée de communication ou d'une direction ou travaillant pour une agence de communication

Prérequis : Être à l'aise avec la navigation Internet et l'utilisation des moteurs de recherche

1. WebMarketing, définition, approche, cible et stratégie

- Définition du webmarketing dans la sphère du marketing digital
- Définissez et identifiez vos cibles
 - Portrait-robot de votre cible idéale
- Différence entre comportement clients en ligne et hors ligne

2. Elaborer une stratégie de contenu web

- Planifier la stratégie commerciale sur le Web et les priorités d'action de communication

3. Rappel du référencement payant et les techniques d'optimisation

- Principaux moteurs, caractéristiques et principes de fonctionnement
- SEM : Search Engine Marketing ou regroupement de techniques marketing (SEO+SEA)
 - Le SEO : Search Engine Optimization ou référencement naturel
 - Faites-vous remarquer grâce aux annonces sur les moteurs de recherche
 - Le SEA : Search Engine Advertising ou référencement payant
 - Introduction aux liens sponsorisés

4. Découvrir Google AdWords

- Définir l'écosystème Google Adwords
 - Aborder la notion de levier
 - Explorer les résultats sponsorisés classiques dans Google
 - Examiner les résultats sponsorisés spécifiques dans Google
- Bâtir une stratégie Google AdWords
 - Étudier les résultats sponsorisés dans Google Hotel Ads
 - Voir les résultats sponsorisés dans les sites web partenaires
 - Établir une feuille de route stratégique



- Définir un plan marketing
- Évaluer le budget
- Comprendre le plan sémantique
- Poser les conversions
- Dresser la feuille de route stratégique globale
- Gérer un compte Google AdWords
 - Comprendre le rôle du didacticiel
 - Découvrir l'administration d'un compte
 - Gérer la facturation et l'accès utilisateur
 - Gérer le tableau de bord
- *Paramétrer une campagne Google AdWords*
 - Naviguer dans les campagnes
 - Choisir un type de campagne
 - Comprendre les types de campagne
 - Paramétrer selon ses besoins
 - Découvrir les partenaires du réseau de recherche
 - Géolocaliser son action
 - Paramétrer les langues
 - Comprendre le principe des stratégies d'enchère
 - Budgétiser une campagne
 - Renseigner et étendre l'information dynamique
- Découvrir les campagnes dans Google
 - Définir les types de campagne
 - Enrichir à l'aide de mots-clés
 - Utiliser le planificateur de mots-clés
 - Créer des groupes d'annonces
 - Créer des annonces
 - Maîtriser les impressions d'annonce
 - Cibler l'hyperlocalité
 - Créer une campagne dynamique dans Google
 - Découvrir Google Shopping
- Assurer sa notoriété avec les campagnes Display
 - Comprendre le Réseau Display de Google
 - Acheter des bannières Display
 - Définir les acteurs de l'achat de bannières publicitaires
 - Découvrir Google Display Network
 - Comprendre les objectifs d'une campagne Display
 - Découvrir les formats des bannières Display
 - Créer des annonces
 - Cibler et gérer les enchères avec Google Display Network
 - Utiliser YouTube pour ses vidéos
 - Gérer une campagne pour les applications mobiles
- Auditer, analyser et optimiser
 - Construire des rapports personnalisés
 - Comprendre les types de rapport personnalisés
 - Établir un rapport d'historique
 - Établir un rapport d'engagement
 - Créer un rapport personnalisé avec Gmail
 - Personnaliser un rapport à l'aide de vidéos
 - Créer un rapport personnalisé avec une part de voix
 - Piloter une campagne avec un retour sur investissement
 - Optimiser à l'aide de mots-clés
 - Observer les termes de recherche
 - Définir le rôle de chaque mot-clé
 - Comprendre les correspondances
 - Exclure les mots-clés inutiles
 - Examiner les rapports AdWords variables

5. Conclure sur Google AdWords

Notre approche

Coaching individuel & personnalisé à distance ou sur site / Accès plateforme e-learning avec replays disponibles pendant 1 an (distanciel) / Alternance théorie pratique / Validation des acquis exercices et étude de cas / Supports de cours présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation des connaissances et des besoins / Audit téléphonique / Evaluation de départ / Coaching accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap si nécessaire.



Facebook & Instagram pour les PROS

Niveau avancé

Objectifs : Utilisation approfondie des outils professionnels facebook pour promouvoir son activité sur le net. Etre capable d'utiliser les bonnes techniques pour développer l'audience et déterminer les actions de conversion à définir pour transformer des inconnus en prospect puis en client.

Public : Toute personne souhaitant développer son business et découvrir toutes les fonctionnalités avancées du business manager Facebook

Prérequis : Bonne utilisation des réseaux sociaux facebook et Instagram et avoir une page pro Facebook

1. Personnalisation de la page Facebook

- Promouvoir sa page Facebook à partir de son site ou de son blog
- Les paramètres indispensables de votre page

2. Structure d'une campagne publicitaire Facebook

- Les 6 étapes de préparation de la campagne publicitaire en dehors du gestionnaire de publicité Facebook.
- Objectifs et ordre des campagnes
 - o Campagnes de sensibilisation / notoriété (awareness campaign - cibles froides)
 - o Campagne de considération (cibles tièdes) pour recibler ceux qui se sont déjà engagés (avis, like, partages, commentaires etc...) ou de préférence (audiences similaires) pour cibler les gens qui ont exprimé les mêmes intérêts que votre communauté
 - o Campagnes de conversion pour recibler dynamiquement soit des personnes qui ont déjà visité le site internet mais n'ont pas encore acheté (cibles chaudes) ou qui ont passé une seule commande.
 - o Campagnes de fidélisation pour recibler dynamiquement les personnes qui ont déjà acheté sur votre site (cibles très chaudes)
- Ensembles de publicité (adset)
 - o Les audiences cibles
 - o Les placements
- Les formats de publicité
 - o Image ou vidéo unique
 - o Carrousel d'images
 - o Dynamique sur catalogue de produits

3. Les audiences

- o Audiences d'acquisition (similaires, intérêts) pour rechercher du sang neuf
- o Audiences personnalisées pour faire du remarketing
- o Ce qu'il ne faut pas faire avec les audiences
- o Ce qu'il faut faire pour une bonne audience



4. Pixels Facebook

- Qu'est-ce qu'un pixel et pourquoi est-il nécessaire de l'utiliser ?
- Installer et configurer des pixels Facebook sur vos pages pour mesurer les résultats de vos campagnes publicitaires et les actions des internautes
- Vérifier le statut de votre pixel
- Instructions d'installation du pixel sur le site web
- Stats : Vue d'ensemble du pixel

5. Créer une offre irrésistible

- Créer une offre pertinente
- Analyser les offres de la concurrence
- Placer son offre sur sa page Facebook
- Déterminer votre cible idéale

6. Les types d'enchères sur Facebook

- CPM /CPC /CPA

7. Les différentes manières de faire de la publicité Facebook ou Instagram

- Booster une publication dans l'application facebook ou instagram
- Utiliser le bouton promotion
- Utiliser le gestionnaire de publicité

8. Créer votre campagne publicitaire avec le gestionnaire de publicité Facebook

- Comprendre Facebook et son système d'enchère...que souhaite-t-il vraiment ?
- Stratégies de lancement
- Calculer votre budget et la durée de votre campagne publicitaire
 - o CBO (Campaign Budget Optimization)
- Les accroches (hooks)
- Les boutons d'actions (CTA)
- Rédiger efficacement le texte de votre publicité
- Copywriting : les angles rédactionnels
- Quelles audiences et quels ciblage
- Choisir l'apparence de votre publicité :
 - o Les formats publicitaires
 - o Exemples de créatives
- Vérification de l'offre avant passage de commande
- Points importants
 - o Règles publicitaires et commerciales facebook
 - o Images – formats
 - o Avis et témoignages
 - o UGC
 - o Vidéos
 - o CBO or not CBO



9. Audiences et conversions

- Mesurer une audience, une conversion
- Ajouter un suivi de conversion
- Analyse et mesure du pixel

10. Les autres outils professionnels du business manager Facebook

- Gérer vos pages, vos pixels et vos comptes publicitaires avec le business manager
- Vue d'ensemble des statistiques
- Le gestionnaire d'évènements
- Les paramètres d'entreprise
- Qualité du compte entreprise
- Le gestionnaire des ventes
 - o Les sources de données
 - o Catalogue de produits
 - o Problèmes à régler

Notre approche

Coaching individuel & personnalisé à distance ou sur site / Accès plateforme e-learning / Alternance théorie pratique / Validation des acquis exercices et étude de cas / Supports de cours présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Auto-évaluation des connaissances et des besoins / Audit téléphonique / Evaluation de départ / Coaching accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap si nécessaire.



Facebook & Instagram pour les PROS

Niveau débutant

Objectifs : A l'issue de la formation, les apprenants seront en capacité de créer une page Facebook professionnelle, utiliser les techniques pour développer l'audience de sa page Facebook, créer des événements et booster ses publications.

Public : Toute personne souhaitant s'améliorer et découvrir toutes les fonctionnalités de base de Facebook

Prérequis : aucun

1. LE RÔLE DES RESEAUX SOCIAUX DANS LA STRATÉGIE DIGITALE

- Définition, approche et stratégie digitale sur les réseaux sociaux
- Les leviers du webmarketing
- Utiliser des canaux spécifiques à votre cible
- Elaborer une stratégie de contenu web avec Facebook
 - a. Les objectifs de votre fanpage et de votre stratégie en ligne
 - b. Analysez vos performances et adaptez vos objectifs
 - i. Appréhender le vocabulaire
- Déterminer et identifier vos cibles idéales (personas)

2. PAGES PROFESSIONNELLES FACEBOOK

- Intégrer les éléments clés d'une page Facebook
 - a. Ajouter un Bouton Call-to-action à votre page
- Réglages de page
 - a. Paramètres généraux
 - b. Rôles de la page
 - c. Paramètres de notification et de messagerie

3. AUGMENTER L'AUDIENCE DE SA PAGE FACEBOOK PRO

- Créer et programmer des événements en fonction de l'audience
- Incitation à l'action via des publications et événements
- Créer une offre pertinente pour renforcer votre message
 - a. Organiser et gérer les campagnes de publicités sur Facebook
 - b. Créer une offre pertinente
 - c. Définition de l'audience, la cible
 - i. Créer une audience personnalisée à partir d'un fichier client
 - ii. Créer une audience personnalisée à partir de la fréquentation sur votre site web
 - d. Choisir l'apparence de votre offre
 - e. Calculer votre budget et la durée de votre campagne de publicité
- Analyser les statistiques Facebook

Notre approche

Formation par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Evaluation de départ / Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap.



Bureautique & contexte professionnel

Analyse et outils de mesure des résultats de votre entreprise avec le logiciel Excel (niveau intermédiaire)



Objectifs : L'objectif général de cette formation porte sur une approche pédagogique par compétence en partant de données réelles et concrètes. L'objectif pédagogique quant à lui doit permettre à l'apprenant d'être en mesure d'analyser les données collectées et de fabriquer des tableaux de bord et des budgets avec des indicateurs de performance. Cette dernière est l'occasion de découvrir et mettre en pratique les fonctions d'analyse, de recherche et de statistiques du logiciel Excel afin d'exploiter les données qui permettront à l'apprenant de prendre des décisions pertinentes.

Public : Chef d'entreprise / porteurs / créateurs ou repreneur d'entreprise

Prérequis : Posséder les bases du logiciel Excel

1. Rappel des bases de calculs Excel

- Formules mathématiques de base
- Utilisation de la recopie poignée
- Mode d'adressage références relatives ou absolues

2. Utilisation des Fonctions

- L'assistant de fonctions
- Somme, moyenne, max et min, comptage
- Fonctions conditionnelles Si, et, ou
- Arrondir un nombre aux chiffres indiqués



- Utiliser certaines fonctions à partir de la barre d'état
- Déterminer la moyenne arithmétique
- Obtenir un total tout en filtrant des données
- Calculer le montant mensuel de remboursement d'un prêt en déterminant la part de l'intérêt
- Estimer des placements, un taux, la durée d'emprunt
- Calculer l'amortissement linéaire dégressif à taux fixe
- Simulation d'un tableau de prêt professionnel basé sur le plan de financement prévisionnel
- Calculer un seuil de rentabilité,
- Déterminer la CAF (capacité d'autofinancement)
- Déterminer le calcul d'un BFR (besoin en fonds de roulement)
- Calculer les montants HT, TVA et TTC
- Identifier et calculer les indicateurs de performance
- Estimer le coût d'une campagne d'acquisition client et le mettre en perspective avec le retour sur investissement et le taux de conversion
- Calculer un ROI et un taux de conversion

3. Saisie des données en mode avancé

- Méthode pour saisir rapidement des données
- Groupe de travail

4. Formatage

- Format personnalisé
- Mise en forme automatique
- Mise en forme conditionnelle
- Masquer le contenu des cellules
- Obtenir l'année, le mois, le jour d'un nombre formaté en date
- Convertir une date donnée sous forme de texte
- Obtenir les heures, minutes et secondes d'un nombre formaté en heure
- Obtenir la date du jour avec ou sans les heures

5. Utilisation des tableaux et plages de données

- Créer un tableau basé sur les résultats analyse swot
 - forces, faiblesses, valeurs, menaces, opportunités, passions et problèmes
- Importer les sources de données de votre entreprise pour préparer les tableaux
- Créer des filtres automatiques & élaborés
- Exploiter les fonctionnalités d'Excel pour réaliser ses tableaux de bord
- Concevoir son tableau de bord pour piloter son activité
 - Budgets prévisionnels
 - Tableau tarifaire
- Création de feuilles de calculs liés aux documents comptables
 - Plan de financement
 - Compte de résultat
 - Plan de trésorerie avec indicateurs de performance (kpi)
 - Soldes intermédiaires de gestion
 - Bilan synthétique
 - Structure financière
 - Equilibre financier
- Créer des tableaux croisés dynamiques



- Manipulation des éléments de la barre d'outils Tableaux croisés dynamiques
- Tri par rapport à une liste de valeurs (janvier, février, ...)
- Créer des tableaux synthétiques des données
 - Sous-Totaux

6. Commandes utiles

- Sélectionner des cellules en fonction de critères
- Additionner des cellules selon un critère donné
- Transposer des cellules verticales à l'horizontale ou inversement
- Calculer le nombre de jours écoulés entre 2 dates basées sur une année de 360 jours
- Renvoyer un nombre entre 1 et 7 représentant le jour de la semaine
- Protection des données importantes
- Utilisation du collage spécial
- Créer ses propres listes déroulantes
- Utilisation d'une liste comme base de données
- Graphiques dynamiques

7. Impression

- Marges, en-tête et pied de page
- Orientation
- Répéter des lignes/colonnes de titres
- Zone d'impression

Notre approche

Formation par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Evaluation de départ / Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap.



16 heures

690



Créer des présentations efficaces en présentant vos idées ou votre projet

Objectifs : Utilisation de tous les outils Multimédia mis à disposition dans PowerPoint ou impress pour créer des présentations de haut niveau

Public : toute personne susceptible de créer des présentations

Pré-requis : aucun

1. Généralités

- Qu'est-ce que la pré-AO
- L'environnement et l'espace de travail

2. Définir l'objectif

- Sélectionner les informations nécessaires
- Choisir le fil conducteur visuel (couleurs, logo)

3. Création d'une présentation

- L'assistant et les modèles
- Les modes d'affichage
- Utilisation des barres d'outils

4. Les Diapositives

- Créer/ Insérer/Copier/Supprimer une diapositive
- Passer d'une diapositive à une autre
- Changer de mode d'affichage

5. Mise en Forme

- Caractère, paragraphes, puces
- Dessins
- Masque de diapositive
- Numéroté les diapositives
- Appliquer, modifier un arrière-plan



6. Objets

- Insérer/modifier un objet (WordArt, un Organigramme, une image, un graphique)

7. Présentation

- Créer, appliquer un modèle
- Ajouter des commentaires
- Afficher la présentation en couleur ou en noir et blanc

8. Diaporama

- Animer les objets
- Appliquer des transitions
- Minuter le diaporama

9. Impression

- Imprimer la présentation, les commentaires, le plan
- PowerPoint / Impress et les autres applications

10. Exporter/Importer vers et depuis traitement texte

11. Insérer un graphique dans un tableau

Notre approche

Formation par groupe de 10 participants maxi
Alternance théorie pratique / Validation des acquis
Exercices et étude de cas / Supports de cours
présentation PowerPoint et supports pdf

Nos modalités et délais d'accès

Evaluation de départ / Formation accessible aux personnes en situation d'handicap. Nous vous invitons à nous préciser votre handicap.