

Formation à distance

# Formation réseaux sociaux et webmarketing



Marine DROUART  
Chargée de projets digitaux

Cette formation a pour objectif d'accompagner les entreprises et les entrepreneurs afin de les initier aux enjeux du web social.

Nous proposons ainsi une formation au digital adaptée à tous les besoins, pour ceux qui ne savent pas par où commencer ou qui communiquent déjà en ligne, mais de manière assez désorganisée, sans réelle stratégie. Comme le disait si bien Shakespeare : « Il ne suffit pas de parler, il faut parler juste. »

Dans une société où les réseaux sociaux font partie intégrante de notre quotidien, leur maîtrise vous permettra non seulement de donner une image positive de vous-même à de potentiels clients, mais également d'accroître votre visibilité, de construire et de fidéliser une communauté autour de votre secteur d'activité.

## Objectif général

L'action de la formation a pour objectif de comprendre et maîtriser les fonctions accomplies par un **community manager** et de s'initier au **webmarketing**.

## Objectifs spécifiques

- Comprendre les possibilités de communication qu'offrent les médias sociaux et leurs avantages pour sa marque
- Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des réseaux sociaux
- Construire des stratégies de présence et d'influence en adéquation
- Définir une ligne éditoriale et gérer les contenus publiés
- Bâtir et fidéliser une communauté autour de la marque
- Découvrir les meilleurs outils pour le community management

Tarif particulier	Tarif avec prise en charge
<b>1 300 €</b> OU <b>1 750 €</b>	<b>1 800 €</b> OU <b>2 210 €</b>
lorsque la formation est couplée à la certification en langue française Le Robert	lorsque la formation est couplée à la certification en langue française Le Robert

Net de taxes - TVA non applicable, art. 293-B du CGI



- 🕒 Durée de la formation : 4,5 mois
- ✍ Nombre de modules : 10 modules
- ✍ Nombre de leçons : 46 leçons
- ✍ Nombre de devoirs : 9 devoirs

## Pré-requis

Connexion internet et ordinateur ou tablette, bonne maîtrise de l'outil informatique

## Sessions

Cette formation peut se faire tout au long de l'année. Accédez aux contenus et à leur actualisation pendant toute la durée de votre contrat.

## Financement

CPF

OPCO

Pôle emploi



## Modalités pédagogiques

### ✓ Première option : formation réseaux sociaux et webmarketing à distance

- Questionnaire préparatoire pour évaluer le niveau de l'apprenant (non éliminatoire)
- Apports théoriques avec un support numérique (les ressources sont disponibles sur notre plateforme e-learning accessible 7 j/7 et 24 h/24)
- 2 classes virtuelles d'environ 1 h
- Tous les modules comprennent des supports de cours téléchargeables et imprimables, des exercices pratiques et des mises en situation professionnelles

### ✓ Deuxième option : une formation certifiante « deux en un » (formation réseaux sociaux et webmarketing en e-learning + Certification Le Robert)

Retrouvez les offres de la première option auxquelles s'ajoute un accès à la plateforme Orthodidacte, notre partenaire, pour obtenir le meilleur score à la Certification Le Robert :

- Diagnostic en 140 questions
- Parcours guidé en fonction des compétences acquises, avec des ressources pédagogiques complémentaires
- Bibliothèque de cours et d'exercices variés (270 thèmes répartis sur 4 niveaux)

## Suivi et évaluation

Durant cette période, un cours et un devoir sont débloqués tous les 15 jours, suivis d'un retour avec une correction globale et individualisée. Soit au total : 7 cours, 7 devoirs, un bilan intermédiaire et un bilan final dont le corrigé est accompagné du certificat de compétences.

### Les évaluations comprennent :

- une série d'exercices pour vérifier et/ou démontrer que les objectifs de l'action de formation ont été atteints ou sont en voie d'acquisition
- un entretien avec l'encadrant

## Modalités logistiques

3 possibilités pour passer la Certification Le Robert : en présentiel (compter une demi-journée > Lieu : Maison du Numérique et de l'Innovation, Place Georges Pompidou, 83000 Toulon), dans un Centre de La Poste le plus proche de votre domicile (comptez 50 € supplémentaires pour couvrir les frais de surveillance), 100 % en ligne depuis chez vous si vous possédez un ordinateur portable avec Webcam.

## Accessibilité de nos formations

Toutes nos formations sont ouvertes aux personnes en situation de handicap.

Référente handicap joignable par e-mail : Marine Drouart  
communication@mdmots.com

## Contact

Notre service client est joignable de 9 h à 12 h 30 et de 14 h à 17 h 30 :

- Par e-mail :  
formation@mdmots.com
- Par téléphone :  
06 40 81 06 09



# Programme

## Introduction : les bases du community management

- Les réseaux sociaux : un phénomène majeur dans l'évolution d'internet (mini cas)
- Qu'est-ce que le webmarketing ?
- Quel est le rôle du community manager ?
- Exemples de *fails* (d'échecs) de CM
- Les ressources en ligne pour optimiser ses connaissances

## Partie 1 : identifier les nouveaux usages du digital

- La nouvelle donne : les clients parlent, s'écoutent et se font confiance (mini cas)
- Face au défi des réseaux sociaux, les entreprises doivent définir leurs objectifs
- Identifier ses cibles et ses usages
- Identifier ses leviers : quelle stratégie ?
- Adapter son organisation

## Partie 2 : animer plusieurs communautés avec différents discours de marque

- Animer une communauté Facebook
- Animer une communauté Instagram
- Les autres réseaux sociaux (Twitter, LinkedIn, YouTube, Snapchat, Pinterest...)
- *Owned, paid* et *earned* media dans les réseaux sociaux
- La gestion d'un bad buzz
- Un processus de gestion de crise en 10 étapes

## Partie 3 : e-réputation et veille en ligne

- Gérer sa réputation en ligne
- Impliquer positivement les internautes et influencer les influenceurs
- Évaluer la performance de ses actions
- Le difficile calcul du ROI
- Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI)
- Objectifs et périmètres de veille

## Bilan intermédiaire

- Une série d'exercices pour vérifier que les objectifs de l'action de formation sont en voie d'acquisition



## Partie 4 : découverte et apprentissage des meilleurs outils pour le community management

- Créer des visuels et des vidéos
- Trouver des photos et vidéos libres de droits
- Gérer ses réseaux sociaux
- Réaliser un reporting efficace
- Gérer ses tâches et son emploi du temps
- Optimiser sa veille quotidienne

## Partie 5 : le Social Advertising

- Lutter contre la baisse du « reach » avec le Social Advertising
- Les différentes opportunités de ciblage
- Comment créer une publicité sur Facebook ?
- Monétiser son offre avec le Social Commerce
- Décryptage des tendances Social Ads 2021

## Partie 6 : développer les blogs d'entreprise

- Positionner votre blog d'entreprise pour baliser ses contenus
- Comment établir la stratégie de positionnement d'un blog d'entreprise ?
- Diffuser des contenus exclusifs et adaptés pour booster le référencement
- Connaître les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité de ses publications

## Bilan final

- Une série d'exercices pour démontrer que les objectifs de l'action de formation ont été atteints

# À propos de la formatrice



**Marine DROUART**

**MD Mots**

Chargée de projets digitaux

Cofondatrice de MD Mots, Marine est tout à la fois formatrice, chargée de communication et professeure de webmarketing à la faculté de Toulon. Son rôle ? Vous accompagner dans votre mise en lumière ! Elle a pour mission de vous aider à valoriser votre image de marque en vous guidant à chaque étape de votre stratégie digitale ! Pour elle, aucun doute : la communication passe par la personnalisation ! L'inoubliable ne naît jamais d'une formule toute faite.

