



CATALOGUE DES FORMATIONS



Rédiger sur le web et optimiser le référencement

Objectifs pédagogiques

- Savoir définir une stratégie éditoriale pour un public visé.
- Comprendre et répondre aux attentes de sa cible.
- Connaître les spécificités de lecture et d'écriture sur le web.
- Exploiter l'écriture hypertexte.
- Expérimenter différentes techniques de rédaction.
- Produire des textes de qualité et optimisés pour le référencement sur les moteurs de recherche.

Programme

Créer une ligne éditoriale

- Définition des objectifs et des cibles.
- Délimitation du périmètre thématique. Les techniques pour trouver des idées de sujets.
- Identification des sources d'informations internes ou externes.
- Les différents types de publication (blog, actualités, agenda, newsletter, FAQ, dossiers...).
- Méthode de création de la ligne éditoriale d'une publication.
- Le calendrier éditorial : méthode et outils.

Rédiger avec aisance

- Les types de plans.
- Les principales techniques rédactionnelles :
 - La règle des 5W + 2H, la pyramide inversée, les lois de proximité.
 - La préparation du champ lexical.
 - Les procédés d'écriture pour rédiger des textes courts et concis.
 - Le travail de réécriture.
- Les différentes méthodes de relecture.

Fabriquer des contenus attractifs et lisibles

- Les comportements de lecture sur le web.
- La création des accroches.
- L'aspect visuel d'un texte (typographie, mise en page, illustrations...).
- Du bon usage des liens hypertextes.

Optimiser un texte pour le référencement

- Les principes du référencement naturel (SEO).
- Les outils pour trouver les bons mots-clés.
- L'insertion des mots-clés dans les zones de la page HTML.
- Le nommage des URL.
- Découverte d'un outil de contrôle de pertinence d'un texte pour le référencement.

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Application des méthodes de rédaction par la réalisation d'exercices pratiques.
- Exercice à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint.
- Matrice de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un PC ou d'un Mac avec une connexion à Internet.

Public concerné

Toute personne amenée à rédiger des articles pour un site web, un blog ou sur les réseaux sociaux.

Pré-requis

- Savoir lire et écrire, entendre, parler et comprendre le français.
- Etre à l'aise dans l'utilisation d'un ordinateur.
- Maîtriser les outils bureautiques, l'usage du web et des navigateurs.

Formateur

Delphine Kieffer

Durée

1 jour (7 heures)

Trouver l'information pertinente sur Internet

Objectifs pédagogiques

- Analyser son besoin d'information
- Savoir définir une stratégie de recherche.
- Savoir exploiter les moteurs de recherche.
- Savoir mener une recherche de façon méthodique.

Programme

Les outils de recherche

- Typologie et intérêt des outils de recherche
 - Moteurs et métamoteurs,
 - Répertoires et annuaires
 - Portails d'information
 - Bases de données
 - Outils du web 2.0
 - Web invisible.
- Fonctionnalités avancées des moteurs de recherche et formulation de requêtes.

Les stratégies de recherche

- Comment définir son objectif de recherche et choisir une méthode adaptée.
- La recherche de sources d'informations
- La recherche ponctuelle d'informations
- Les règles pour bien conduire ses recherches.
- Les alternatives aux moteurs de recherche.
- Comment évaluer la fiabilité et la fraîcheur des informations.

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques et méthodologiques.
- Présentation / Démonstrations d'outils et de services accessibles sur Internet.
- Travaux pratiques sur postes informatiques avec connexion Internet.
- Remise de supports pédagogiques aux stagiaires.

Supports de formation

- Document Powerpoint.
- Matrice de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Guide pratique de la recherche sur internet.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un PC ou d'un Mac avec une connexion à Internet.

Public concerné

- Toute personne amenée à effectuer des recherches avancées sur internet.

Pré-requis

- Savoir lire et écrire, entendre, parler et comprendre le français.
- Etre à l'aise dans l'utilisation d'un ordinateur.
- Maîtriser les outils bureautiques, l'usage du web et des navigateurs.

Formateur

- Delphine Kieffer

Durée

- 1 jour (7 heures)

Mettre en place un dispositif de veille sur Internet

Objectifs pédagogiques

- Savoir établir un plan de veille avec méthode.
- Connaître les différentes techniques de veille automatisée.
- Savoir bien choisir les outils de veille et les paramétrer.
- Savoir collecter les données et appliquer des méthodes de classement adaptées.
- Connaître et choisir les bons outils pour créer une base de connaissances.
- Savoir comment diffuser utilement les résultats de sa veille en privé ou en public.

Programme

Etablir un plan de veille

- Comment fixer des objectifs réalistes et définir le périmètre de sa veille : type de veille, type d'informations.
- Comment bien choisir les sources à veiller.
- Comment établir sa feuille de route.

Automatiser sa veille

- Typologie des outils de veille : agrégateurs de flux RSS, agents de surveillance et d'alerte...
- Comment choisir les outils et les mettre en œuvre.
- Comment suivre sa veille au quotidien.

Collecter l'information

- Typologie des outils de collecte et de classement de l'information.
- Critères de choix des outils.
- Classement des données collectées.
- Le traitement de l'information.
- Techniques de lecture active.
- Elaboration de bases de connaissances.

Diffuser et partager les résultats de veille

- Création d'un produit de veille.
- Outils et supports pour mutualiser, partager ou publier.

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques et méthodologiques.
- Présentation / Démonstrations d'outils et de services accessibles sur Internet.
- Travaux pratiques sur postes informatiques avec connexion Internet.
- Remise de supports pédagogiques aux stagiaires.

Supports de formation

- Document Powerpoint.
- Matrice de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Guide pratique de la recherche sur internet.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un PC ou d'un Mac avec une connexion à Internet.

Public concerné

- Toute personne amenée à effectuer une veille d'informations sur Internet.

Pré-requis

- Savoir lire et écrire, entendre, parler et comprendre le français.
- Etre à l'aise dans l'utilisation d'un ordinateur.
- Maîtriser les outils bureautiques, l'usage du web et des navigateurs.

Formateur

- Delphine Kieffer

Durée

- 1 jour (7 heures)

Publier et mettre à jour le contenu de votre site Wordpress

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'environnement WordPress
- Découvrir le fonctionnement des « templates » pour faciliter la présentation des données d'un site Web Wordpress
- Intégrer des contenus multimédia : textes, liens, documents, images, audio et vidéos
- Mettre à jour le contenu de son site Wordpress (pages et articles)
- Intégrer des extensions supplémentaires (galerie, formulaire de contact...)
- Optimiser un site Wordpress pour en faciliter le référencement
- Comprendre l'analyse statistique, la sécurité et l'amélioration des performances du site Web

Programme

Découvrir l'environnement WordPress

- Présentation de l'environnement WordPress
- Configuration de base de Wordpress en Français
- Séparation des données de leur présentation grâce aux « templates » Wordpress

Gérer pages, articles et contenu multimédia

- Créer et modifier des pages et articles dans Wordpress
- Intégrer des contenus multimédia : textes, images, audio, documents, fichiers PDF
- Configurer les éléments multimédia (textes, images, vidéos) pour en faciliter le référencement
- Créer des diaporamas et intégrer des images dans les diaporamas
- Travaux pratiques : création/modification de pages et articles

Architecture de site Wordpress et fonctionnalités

- Réaliser l'architecture d'un site et mettre en place un menu de navigation
- Mettre en service des extensions sur un site Wordpress
- Découvrir des extensions : galerie, formulaire de contact...
- Utiliser des extensions utiles à la gestion de contenu et au référencement
- Sensibiliser aux problèmes de sécurité

Optimiser un site Wordpress pour le référencement

- Comprendre le fonctionnement du référencement sur moteurs de recherche
- Apprendre les bonnes pratiques à respecter pour faciliter le référencement
- Comment utiliser Yoast SEO pour faciliter le référencement Statistiques
- Interpréter les statistiques et améliorer les performances d'un site Wordpress

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques sur le fonctionnement d'un site web
- Mise en œuvre des apports théoriques par la réalisation d'exercices pratiques.
- Exercices à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint au format PDF
- Modèle de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un ordinateur personnel avec une connexion à Internet.

Public concerné

- Toute personne amenée à mettre à jour un site web ou blog sur Wordpress

Pré-requis

- Savoir lire et écrire, entendre, parler et comprendre le français.
- Etre à l'aise dans l'utilisation d'un ordinateur.
- Maîtriser les outils bureautiques, l'usage du web et des navigateurs.

Formateur

- Sophie Perrin

Durée

- 1 jour (7 heures)

Prospecter avec LinkedIn

Objectifs pédagogiques

- Découvrir le réseau social LinkedIn
- Définir ses objectifs sur LinkedIn
- Créer et/ou modifier son profil professionnel, sa page Entreprise et un groupe
- Intégrer du contenu multimédia sur son profil et sa page
- Communiquer sur LinkedIn : publier du contenu multimédia et utiliser la messagerie interne
- Apprendre à faire croître son réseau professionnel
- Prospecter avec les outils de LinkedIn
- Intégrer LinkedIn dans sa stratégie de Marketing Web
- Découvrir des outils complémentaires : statistiques, application mobile, publicité

Programme

Découvrir LinkedIn et son fonctionnement

- Profils professionnels
- Pages Entreprises
- Groupes
- Messagerie, y compris inMail
- Nouvelles et articles
- Les engagements : j'aime, commentaire, partage
- Recherche sur LinkedIn pour faciliter sa prospection

Bien identifier ses cibles et ses objectifs marketing sur LinkedIn

- Avec qui veut-on communiquer
- Quoi communiquer et sous quelle forme : nouvelles, images, vidéos, documents...
- Comment diffuser ses informations : articles, messagerie, via son profil pro, via la page Entreprise, via les groupes...

Créer un profil professionnel et l'optimiser suivant ses objectifs

- Désactiver les notifications
- Résumé
- Expérience
- Compétences
- Formation
- Compétences
- Recommandations
- Obtention d'une URL personnalisée
- Mots-clés

Créer une page Entreprise et l'optimiser

- Prérequis pour créer
- Description des produits et services
- Rôles des administrateurs
- Les vitrines
- Publications de contenus multimédia

Trouver des groupes pertinents et en créer

- Qu'est-ce qu'un groupe LinkedIn
- Comment fonctionnent-ils
- Comment les trouver et les intégrer
- Créer son groupe
- Rôles des administrateurs
- Publier : quoi ? comment ?

Prospecter avec LinkedIn

- Etendre votre réseau
- Déterminer vos critères de recherches
- Effectuer des recherches dans LinkedIn
- Enregistrer ses recherches
- Ecrire un message de mise en relation attractif
- Les différentes possibilités d'abonnements Premium sur LinkedIn

Intégrer LinkedIn dans sa stratégie de Marketing Web

- Avec son site Web
- Avec son emailing
- Avec Twitter
- Avec les mobiles
- Avec les documents papier

Découvrir les outils complémentaires de LinkedIn

- Analyser les statistiques
- Utiliser l'application mobile de LinkedIn
- Découvrir la publicité sur LinkedIn : les différents types d'annonces et leurs usages

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques sur le fonctionnement du réseau social LinkedIn
- Mise en œuvre des apports théoriques par la réalisation d'exercices pratiques.
- Exercices à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint au format PDF
- Modèle de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un ordinateur personnel avec une connexion à Internet.

Public concerné

- Toute personne amenée à utiliser LinkedIn pour développer la notoriété et la prospection pour son entreprise

Pré-requis

- Savoir lire et écrire, entendre, parler et comprendre le français.
- Etre à l'aise dans l'utilisation d'un ordinateur.
- Maîtriser les outils bureautiques, l'usage du web et des navigateurs.

Formateur

- Sophie Perrin

Durée

- 1 jour (7 heures)

Construire et développer votre présence sur Facebook

Objectifs pédagogiques

- Découvrir le réseau social Facebook
- Définir ses objectifs sur Facebook
- Créer et/ou modifier son profil, sa page Entreprise et un groupe
- Intégrer du contenu multimédia sur son profil et sa page
- Publier du contenu multimédia
- Utiliser la messagerie interne Messenger
- Apprendre à faire croître sa visibilité sur Facebook
- Intégrer Facebook dans sa stratégie de Marketing Web

Programme

Découvrir Facebook et son fonctionnement

- Comptes / profils professionnels
- Pages professionnelles
- Groupes
- Messagerie Messenger
- Publications : textes, liens, photos, vidéos, vidéos en direct...
- Les engagements : j'aime, commentaire, partage
- Recherche sur Facebook

Bien identifier ses cibles et ses objectifs marketing sur Facebook

- Avec qui veut-on communiquer
- Quoi communiquer et sous quelle forme : textes, liens, documents, images, vidéos, vidéos en direct ...
- Comment diffuser ses informations : articles, messagerie, via son compte, via sa page professionnelle, via les groupes...

Créer un profil professionnel et l'optimiser suivant ses objectifs

- Images de profil et de couverture
- Informations A propos
- Obtention d'une URL personnalisée
- Segmentation privé/professionnel
- Mots-clés

Créer une page professionnelle et l'optimiser

- Prérequis pour créer
- Description des produits et services
- Rôles des administrateurs et sécurité
- Publications de contenus multimédia

Trouver des groupes pertinents et en créer

- Qu'est-ce qu'un groupe Facebook
- Comment fonctionnent-ils
- Comment les trouver et les intégrer
- Créer son groupe
- Rôles des administrateurs
- Publier : quoi ? comment ?

Développer son réseau Facebook

- Trouver de nouvelles relations pour son profil
- Obtenir des « j'aime » pour sa page professionnelle

Communiquer avec ses prospects pour susciter l'intérêt et la promotion du contenu publié

- Comment publier pour susciter l'intérêt et le partage
- Comment fonctionne le nouvel algorithme de diffusion de Facebook
- Comment faire la promotion d'un article publié par la publicité Facebook (Facebook Ads)

Intégrer Facebook dans sa démarche de Marketing Web

- Avec son site Web
- Avec son emailing
- Avec Twitter
- Avec les mobiles
- Avec les documents papier

Découvrir les outils complémentaires de Facebook

- Analyser les statistiques
- Utiliser l'application mobile de Facebook
- Découvrir la publicité sur Facebook : à faire / à ne pas faire

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques sur le fonctionnement du réseau social Facebook
- Mise en œuvre des apports théoriques par la réalisation d'exercices pratiques.
- Exercices à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint au format PDF
- Modèle de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un ordinateur personnel avec une connexion à Internet.

Public concerné

- Toute personne amenée à utiliser Facebook pour développer la notoriété et la prospection pour son entreprise

Pré-requis

- Savoir lire et écrire, entendre, parler et comprendre le français.
- Etre à l'aise dans l'utilisation d'un ordinateur.
- Maîtriser les outils bureautiques, l'usage du web et des navigateurs.

Formateur

- Sophie Perrin

Durée

- 1 jour (7 heures)

Construire et développer votre présence sur Google Plus – Google My Business - YouTube

Objectifs pédagogiques

- Découvrir les outils sociaux de Google : Google Plus, Google My business et YouTube
- Définir ses objectifs sur ces réseaux
- Créer et/ou modifier ses comptes, pages, groupes et chaînes (pour YouTube)
- Intégrer du contenu multimédia sur ses comptes et pages
- Communiquer sur ces réseaux
- Apprendre à faire croître son audience
- Utiliser ces réseaux pour faciliter son référencement sur Google
- Intégrer les réseaux de Google dans sa stratégie de Marketing Web

Programme

Découvrir les réseaux de Google et leur fonctionnement

- Comptes et profils professionnels
- Pages Entreprise
- Chaîne YouTube
- Groupes
- Publications
- Engagements : j'aime, commentaire, partage
- Usage des mots-clés pour faciliter le référencement

Bien identifier ses cibles et ses objectifs marketing sur les réseaux de Google

- Avec qui veut-on communiquer
- Quoi communiquer et sous quelle forme : nouvelles, images, vidéos, documents...
- Comment diffuser ses informations : via les pages ou chaînes, les groupes/communautés...

Créer un profil professionnel et l'optimiser suivant ses objectifs

- Images de profil et de couverture
- Informations A propos
- Obtention d'une URL personnalisée
- Mots-clés

Créer une présence pro pour son Entreprise et l'optimiser

- Prérequis pour créer
- Description des produits et services
- Rôles des administrateurs et sécurité
- Publications de contenus

Intégrer les réseaux de Google dans sa stratégie de Marketing Web

- Avec son site Web
- Avec son emailing
- Avec les mobiles
- Avec les documents papier
- Et faciliter le référencement de ses contenus dans Google et YouTube

Méthode pédagogique et travaux demandés aux stagiaires

- Apports théoriques sur le fonctionnement des réseaux sociaux de Google
- Mise en œuvre des apports théoriques par la réalisation d'exercices pratiques.
- Exercices à partir des cas concrets des participants.
- Analyse d'exemples concrets (à faire / à éviter).
- Présentation d'outils pratiques (logiciels ou services en ligne).

Supports de formation

- Document Powerpoint au format PDF
- Modèle de documents pour l'application des méthodes exposées.
- Webographie « pour aller plus loin ».
- Accès à une plate-forme de documents téléchargeables après la formation.
- Les stagiaires doivent être équipés d'un ordinateur personnel avec une connexion à Internet.

Public concerné

- Toute personne amenée à utiliser Google Plus, Google My Business et YouTube pour développer la notoriété et le référencement pour son entreprise

Pré-requis

- Savoir lire et écrire, entendre, parler et comprendre le français.
- Etre à l'aise dans l'utilisation d'un ordinateur.
- Maîtriser les outils bureautiques, l'usage du web et des navigateurs.

Formateur

- Sophie Perrin

Durée

- 1 jour (7 heures)

Formateurs experts

Delphine Kieffer

Delphine Kieffer est consultante et formatrice en gestion de l'information numérique et en stratégie de contenus web. Elle a fondé sa société en 1997.

Elle est titulaire d'un DESS (Master 2) en « Conception et gestion des réseaux d'information et de documentation » (Université Paris 8) et d'un Diplôme Universitaire « Concepteur développeur web » (Université de Strasbourg).

Dans le domaine de la formation, elle a enseigné en Master « Communication et Edition Numérique » à l'université de Haute-Alsace, ou encore en DUT « Information Numérique dans les Organisations » à l'université de Strasbourg. Elle a aussi été formatrice au CNAM Lorraine, à l'Institut National des Techniques Documentaires (CNAM Paris) et à l'ADBS (Association des Professionnels de l'information et de la Documentation).

Elle a été coordinateur d'éducation au sein d'un groupe de professionnels BNI.

Elle anime actuellement des webinaires sur les thématiques du marketing de contenus.

Sophie Perrin

Sophie Perrin a fondé l'agence Web ACTI Web Mobile. Elle est consultante et formatrice en marketing web, création de sites Wordpress, réseaux sociaux, webinaires et tunnels de vente.

Elle est titulaire d'un diplôme d'Ingénieur de l'ENSI Caen, option réseaux et télécommunications, ainsi que d'un CAAE (Certificat d'Aptitude à l'Administration des Entreprises – Master 2).

Comme ingénieur réseaux et architecte systèmes et réseaux, elle a participé et été chef de projet technique pour le déploiement en France et à l'international de réseaux informatiques et de projets SAP et CRM (Customer Relationship Management) dans de grands groupes internationaux comme Alcatel (devenu Nokia) et Hewlett-Packard.

Comme formatrice, elle a enseigné les réseaux en formation continue CNAM pour la préparation en DESS. Elle a effectué la formation aux réseaux sociaux des personnes en création d'entreprises à la Maison de l'Emploi à Strasbourg.

Elle effectue également des conférences autour des techniques innovantes en matière de Web au salon professionnel I-Novia et lors d'autres rencontres professionnelles.

Elle est membre de la CSFC Alsace (Chambre Syndicale des Formateurs-Consultants).

Informations pratiques

Contact

Delphine Kieffer, dirigeante d'Aubance

Tél. : 03 88 73 81 23 – 06 82 32 17 06.

Courriel : delphine.kieffer@aubance.fr

Site web : www.aubance.fr

Aubance

Entreprise individuelle créée en 1997

Siège : 14 rue de l'Eglise, 67500 Niederschaeffolsheim.

Siret : 414 632 323 00047

N° formateur délivré par le préfet du Bas-Rhin : 42 67 0522867.

Tarifs

Tarif d'une journée de formation

1200 € HT (1440 € TTC).

Journée de 7 heures.

Formation sur mesure

Sur devis.