ESKALE

CATALOGUE 2023

FORMATIONS WEBMARKETING

www.eskale.fr

Faites une pause,
on s'occupe de tout

DEVENEZ
EXPERT DU WEB !

ESKALE, en pointe des dernières tendances et technologies, vous transmet son savoir-faire à travers des formations misant sur la stratégie et l'efficacité. Dosage concret entre la théorie et la pratique, ESKALE vous permet de travailler directement sur vos problématiques et de repartir avec un maximum de pistes de travail.

Au plaisir de vous accueillir,

Karine Albanese
Présidente

NOS FORMATS D'INTERVENTION

Nos formations peuvent être délivrées en inter ou intra entreprise.

FORMATIONS INTER-ENTREPRISE

Il s'agit de sessions planifiées, choisies dans notre catalogue, qui regroupent des personnes de différentes entreprises. Ces formations présentent l'avantage de favoriser les rencontres et les échanges d'expériences.

Coût de la formation inter-entreprise : 400 € HT / Jour/ Stagiaire

FORMATIONS INTRA-ENTREPRISE

Vous souhaitez former vos équipes et travailler tout au long de la formation directement sur votre site web et votre stratégie digitale ?

ESKALE peut vous proposer des modules de formations en intra-entreprise dans vos locaux ou dans un lieu et à une date déterminés en fonction de vos contraintes.

Nos formations intra-entreprise vous offrent la possibilité de bénéficier de formations dédiées à vos équipes,

Notre consultant prendra exemple sur votre site web et votre politique webmarketing tout au long de la formation pour illustrer ses propos.

Coût d'une formation intra entreprise : Nous contacter

FORMATIONS INTRA-ENTREPRISE SUR MESURE

Vous avez des besoins spécifiques ?

ESKALE peut vous proposer des modules de formations sur-mesure spécifiquement conçus et réalisés pour répondre à des besoins particuliers.

Après un audit précis de vos problématiques, nous élaborons un programme et des contenus de formation personnalisés en fonction de vos spécificités, vos forces et vos faiblesses.

Nous déployons des moyens pédagogiques adaptés (cours théoriques, exercices pratiques, études de cas et partages d'expériences) et vous accompagnons au delà de la formation via un suivi post-formation (évaluation à froid, échanges avec le consultant, définition d'un plan d'actions,...)

Coût d'une formation intra entreprise sur mesure : Nous contacter

NOTRE DÉMARCHE **PÉDAGOGIQUE**

PRÉPARATION

- Recensement des besoins et évaluation des profils des stagiaires
- Définition du plan de formation
- Adaptation ou création des outils pédagogiques appropriés

FORMATION

- Ateliers pratiques
- Monitorat
- Transfert de compétences
- Retours d'expériences

BILAN

- Evaluation à chaud des connaissances et compétences acquises
- Anticipation des besoins
- Amélioration des outils pédagogiques

Karine Albanese
Présidente ESKALE
Experte Webmarketing

Référente Pédagogique, Administrative, Handicap

VOTRE FORMATRICE **EXPERTE DU DIGITAL**

Diplômée de l'EDHEC, Karine Albanese explore tous les rouages du marketing depuis 20 ans, de la création de parfums chez LVMH aux stratégies digitales 2.0. dans le tourisme (KUONI) et dans le sport (DECATLON). Forte de cette vision globale, elle fonde ESKALE et sa marque DIGIBLOOM pour créer ses propres solutions digitales, et accompagne tous les professionnels dans leur transition numérique.
Karine Albanese sera également votre **responsable pédagogique de formation.**

ACCESSIBILITÉ AUX PUBLICS EN **SITUATION DE HANDICAP**

NOTRE ENGAGEMENT

ESKALE s'engage à mettre tout en œuvre pour former l'ensemble de ses apprenants, quels que soient leur handicap.

A ce titre et dans le respect de la loi du 11 février 2005 «l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées», **Karine Albanese est la référente handicap de l'organisme de formation ESKALE**, pour accompagner les personnes en situation de handicap dans leur parcours de formation.

COMMENT SE FORMER EN SITUATION DE HANDICAP ?

ESKALE met un œuvre, pour ses apprenants en situation de handicap, un cadre personnalisé.

UN ENTRETIEN DÉDIÉ

Lors des premiers échanges, nous proposons aux apprenants en situation de handicap de convenir d'un entretien, dans lequel nous pourrons préciser les spécificités de leur handicap et convenir ensemble d'aménagements à adopter.

En tant que référente Handicap, Karine Albanese sera à votre entière disposition pour convenir au mieux de vos modalités de formation.

L' ACCOMPAGNEMENT DE NOS RESSOURCES HANDICAP

ESKALE pourra faire appel - le cas échéant - à ses partenaires, organismes spécialisées dans l'accompagnement en situation de handicap, pour vous proposer les meilleurs aménagements.

Si ESKALE n'est finalement pas en mesure de concrétiser votre projet de formation, nous pourrons vous aiguiller - avec nos partenaires - vers des prestataires qui pourront répondre à vos attentes.

CONTACTEZ-NOUS POUR RECEVOIR UNE PROPOSITION PERSONNALISÉE !

FORMATION
LES CLÉS DU WEBMARKETING

DURÉE
2 jours en présentiel
14 heures

DATES
Toute l'année
Nous consulter

FORMATEUR
Karine Albanese
Expert Webmarketing
Responsable pédagogique de la formation

PARTICIPANTS
10 maximum

LIEU
Toute la France
Nous consulter

TARIF
800 €
Tarif à titre indicatif, nous consulter

PRÉAMBULE

Cette formation a pour objectif de permettre aux apprenants d'acquérir une vision globale et une approche opérationnelle de la Transition Numérique.
Grâce à cette formation, ces derniers pourront s'approprier les usages du Webmarketing, développer leur présence en ligne et **intégrer les meilleures pratiques digitales** en matière d'Expérience Client.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- S'acculturer aux nouveaux enjeux du digital
- Comprendre le fonctionnement d'un site web
- Découvrir les principaux leviers du webmarketing pour développer sa présence en ligne
- Utiliser efficacement les réseaux sociaux

PUBLIC CIBLE

- Dirigeants de TPE, PME, associations, hôteliers, restaurateurs, commerçants
- Collaborateurs en charge du marketing de leur organisation
- Toute personne désirant améliorer la visibilité de son entreprise, son produit, son service sur le web

PRÉ-REQUIS

- Aucun pré-requis.

- *Pour les personnes atteintes de handicap, nous vous invitons à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivi de la formation.*

FORMATION
LES CLÉS DU WEBMARKETING

PROGRAMME

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou profils des stagiaires. Dernière mise à jour : 09/2023

1. Les clés du Web

- Comprendre le Vocabulaire du Web
- Un paysage technologique en évolution : tendances et usages actuels (audience, nouveaux supports, comportement des internautes)
- Définition du Web Marketing
- Prendre conscience des enjeux de la transition numérique

2. Créer et animer son site internet

- Introduction sur les moteurs de recherche : comprendre le fonctionnement de Google
- Critères de qualité d'un site internet
- Les fonctionnalités indispensables de son site internet
- Comment choisir son prestataire web, créer un cahier des charges

3. Développer sa présence en ligne

- Les clés du Référencement naturel (SEO)
- Principes du Content Marketing
- Le référencement payant : fonctionnement des campagnes Google Ads
- L'emailing : un levier puisssant

4. Utiliser efficacement les réseaux sociaux

- Chiffres clés et évolutions
- Le glossaire du community manaer
- Quel réseau choisir, quel contenu diffuser ?
- Comment faire de la publicité ?
- Les outils d'animation et d'administration

MÉTHODES ET ORGANISATION PÉDAGOGIQUES

1. La pédagogie utilisée est participative et demonstrative : elle alterne parties théoriques et ateliers pratiques. Des exemples concrets sont montrés à chaque module.
2. Des applications pratiques sont ensuite réalisées après chaque module, avec les cas concrets des pratiquants.
3. Le formateur réalise la formation en déroulant un diaporama Powerpoint. Il projette en temps réel les applications et les cas concrets avec un ordinateur connecté à internet.
4. A l'issue de la formation, un certificat de réalisation sera délivré dans le cas où le stagiaire aura suivi la totalité de la formation. Sinon, il lui sera délivré une attestation d'assiduité.
5. Documents remis aux participants : supports pédagogiques, boîte à outils (logiciels gratuits et apps), liens de utiles pour continuer à apprendre.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

- Un test d'évaluation des connaissances sera effectué en fin de formation, sous forme de QCM.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

- La convention de formation doit être signée a minima 15 jours avant le début de la formation.

FORMATION **CRÉER ET ANIMER SON SITE WEB WORDPRESS**

DURÉE
5 jours en présentiel
35 heures

DATES
Toute l'année
Nous consulter

FORMATEUR
Karine Albanese
Expert Webmarketing
Responsable pédagogique de la formation

PARTICIPANTS
10 maximum

LIEU
Toute la France
Nous consulter

TARIF
2000 € HT
Tarif à titre indicatif, nous consulter

PRÉAMBULE

Cette formation a pour objectif de permettre aux apprenants d'acquérir une vision globale et une approche opérationnelle de la création et de l'animation de leur site internet.
Grâce à cette formation, ces derniers pourront gérer de manière autonome leur site internet, ou pourront déléguer en toute sérénité.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Créer et animer un site Internet d'entreprise
- Maîtriser les fonctionnalités de WordPress
- Intégrer des textes et images et créer des pages
- Connaître et mettre en place les outils pour une animation efficace
- Optimiser le référencement de son site Internet
- Mesurer les performances

PUBLIC CIBLE

- Dirigeants de TPE, PME, associations, hôteliers, restaurateurs, commerçants
- Collaborateurs en charge de la communication et/ou du marketing de leur organisation
- Toute personne désirant améliorer la visibilité de son entreprise, son produit, son service sur le web

PRÉ-REQUIS

- Aucun pré-requis.

- *Pour les personnes atteintes de handicap, nous vous invitons à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivi de la formation.*

FORMATION **CRÉER ET ANIMER SON SITE WEB WORDPRESS**

PROGRAMME

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou profils des stagiaires. Dernière mise à jour : 09/2023

1. Comprendre les enjeux du Web

- Le vocabulaire du web, tendances et usages
- Un paysage technologique en évolution
- Tendances et usages actuels en France et dans le monde
- Définir ses objectifs sur le web

2. Les bases pour créer un site internet

- Critères de qualité d'un site internet
- Définir ses objectifs sur le web
- WordPress, le n°1 des CMS
- Les pré-requis pour créer un site internet
- Préparer et organiser le contenu : plan du site et catégories

3. Apprendre à utiliser Wordpress

- Paramétrer et configurer WordPress
- Choix du thème graphique
- Découvrir l'interface de gestion
- Gérer la bibliothèque d'images
- Création de pages et d'articles
- Découverte des Page Builders
- Gestion du Menu

4. Découvrir les fonctionnalités avancées

- Gestion des Extensions
- Les plugins avancés
- Gestion des Widgets
- Créer / insérer un formulaire de contact
- Optimiser ses images

5. Diffuser son site web

- Les clés du référencement naturel « on site »
- Les clés du référencement naturel « on page »
- Techniques de rédaction sur le web
- Les fondamentaux du content marketing
- Indexer son site sur les moteurs de recherche
- Introduction à la sécurité
- Plugins et bonnes pratiques pour garder son site protégé
- Gestion des mises à jour

6. Mesurer ses performances

- Découverte de l'outil Google Analytics(GA4)
- Définition et mesure des indicateurs de performance

MÉTHODES ET ORGANISATION **PÉDAGOGIQUES**

1. La pédagogie utilisée est participative et demonstrative : elle alterne parties théoriques et ateliers pratiques. Des exemples concrets sont montrés à chaque module.
2. Des applications pratiques sont ensuite réalisées après chaque module, avec les cas concrets des pratiquants.
3. Le formateur réalise la formation en suivant le déroulé d'un diaporama Powerpoint. Il projette en temps réel les applications et les cas concrets avec un ordinateur connecté à internet.
4. A l'issue de la formation, une attestation de fin de formation sera délivrée dans le cas où le stagiaire aura suivi la totalité de la formation. Sinon, il lui sera délivré une attestation d'assiduité.
5. Documents remis aux participants : supports pédagogiques, boîte à outils (logiciels gratuits et apps), liens de newsletters utiles pour continuer à apprendre.

MÉTHODES D'**ÉVALUATION**

- Un test d'évaluation des connaissances sera effectué en fin de formation, sous forme de QCM.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'**ACCÈS**

- La convention de formation doit être signée a minima 15 jours avant le début de la formation.

FORMATION **CRÉER ET ANIMER SON SITE WEB WORDPRESS - PERFECTIONNEMENT**

DURÉE
2 jours en présentiel
14 heures

DATES
Toute l'année
Nous consulter

FORMATEUR
Karine Albanese
Expert Webmarketing
Responsable pédagogique de la formation

PARTICIPANTS
10 maximum

LIEU
Toute la France
Nous consulter

TARIF
800 € HT
Tarif à titre indicatif, nous consulter

PRÉAMBULE

Cette formation a pour objectif de permettre aux apprenants qui ont déjà des connaissances en WordPress de se perfectionner, pour aller plus loin que de simples mises à jour de contenus.
Ils pourront ainsi compléter et enrichirl eurs connaissances avec les dernières nouveautés, et impératifs en matière de cybersécurité.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Connaître les bases CSS pour personnaliser leurs sites internet
- Utiliser les fonctionnalités avancées Sécuriser leurs sites internet WordPress
- Optimiser le référencement de leurs sites Internet
- Mesurer les performances de leur sites internet

PUBLIC CIBLE

- Dirigeants de TPE, PME, associations, hôteliers, restaurateurs, commerçants
- Collaborateurs en charge de la communication et/ou du marketing de leur organisation
- Toute personne désirant améliorer la visibilité de son entreprise, son produit, son service sur le web

PRÉ-REQUIS

- Avoir un site internet WordPress.
- Il n'y a pas d'autre pré-requis. Il est néanmoins préférable d'avoir suivi la formation initiale, ou d'avoir déjà des connaissances en WordPress. Un questionnaire de connaissances est renseigné par le stagiaire afin d'évaluer son niveau avant la formation.
- *Pour les personnes atteintes de handicap, nous vous invitons à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivi de la formation.*

FORMATION **CRÉER ET ANIMER SON SITE WEB WORDPRESS - PERFECTIONNEMENT**

PROGRAMME

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou profils des stagiaires. Dernière mise à jour : 09/2023

1. Rappel du fonctionnement d'un site WordPress

- les thèmes et les plugins
- Les pages et les articles
- Le header
- Le menu
- Le footer
- Les technologies utilisées

2. Les bases pour personnaliser un site WordPress

- Les principes du CSS : exercices pratiques
- La personnalisation du thème de son site Wordpress
- L'utilisation de l'Inspecteur d'élément pour prévisualiser ses modifications

3. Utiliser les fonctionnalités avancées

- Découverte et utilisation des plugins les plus utilisés
- Modification des formulaires de contact.
- Gestion des Widgets
- Optimisation des images

4. Sécuriser son site internet

- Les principes de sécurisation du serveur
- Les principes de sauvegarde du site internet
- Procédures de mise à jour du thème et des extensions
- Sécurisation du formulaire de contact
- Gestion des mises à jour

5 Optimiser le référencement de son site web

- Les clés du référencement naturel « on site »
- Les clés du référencement naturel « on page »
- Techniques de rédaction sur le web
- Les fondamentaux du content marketing
- Le référencement «off page» avec le netlinking

6. Mesurer ses performances

- Découverte de l'outil Google Analytics GA4
- Définition et mesure des indicateurs de performance

FORMATION **CRÉER ET ANIMER SON SITE WEB WORDPRESS - PERFECTIONNEMENT**

MÉTHODES ET ORGANISATION **PÉDAGOGIQUES**

1. La pédagogie utilisée est participative et demonstrative : elle alterne parties théoriques et ateliers pratiques. Des exemples concrets sont montrés à chaque module.
2. Des applications pratiques sont ensuite réalisées après chaque module, avec les cas concrets des pratiquants.
3. Le formateur réalise la formation en suivant le déroulé d'un diaporama Powerpoint. Il projette en temps réel les applications et les cas concrets avec un ordinateur connecté à internet.
4. A l'issue de la formation, une attestation de fin de formation sera délivrée dans le cas où le stagiaire aura suivi la totalité de la formation. Sinon, il lui sera délivré une attestation d'assiduité.
5. Documents remis aux participants : supports pédagogiques, boîte à outils (logiciels gratuits et apps), liens de newsletters utiles pour continuer à apprendre.

MÉTHODES D'**ÉVALUATION**

- Un test d'évaluation des connaissances sera effectué en fin de formation, sous forme de QCM.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'**ACCÈS**

- La convention de formation doit être signée a minima 15 jours avant le début de la formation.

FORMATION
RÉFÉRENCEMENT NATUREL

DURÉE
2 jours en présentiel
14 heures

DATES
Toute l'année
Nous consulter

FORMATEUR
Karine Albanese
Expert Webmarketing
Responsable pédagogique de la formation

PARTICIPANTS
10 maximum

LIEU
Toute la France
Nous consulter

TARIF
800 € HT
Tarif à titre indicatif, nous consulter

PRÉAMBULE

Cette formation a pour objectif de permettre aux apprenants de comprendre les enjeux et les concepts du référencement naturel (SEO). Elle va leur fournir des moyens concrets, ciblés, et personnalisés pour rendre leurs actions plus visibles. Grâce à cette formation, ils pourront optimiser leur visibilité sur les moteurs de recherche.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Connaître le fonctionnement des moteurs de recherche
- • Comprendre les principes du référencement on page et on site
- Identifier comment optimiser son site web et améliorer sa notoriété
- Analyser son trafic, ses réussites et ses erreurs
- Mettre en place des actions pour améliorer son référencement

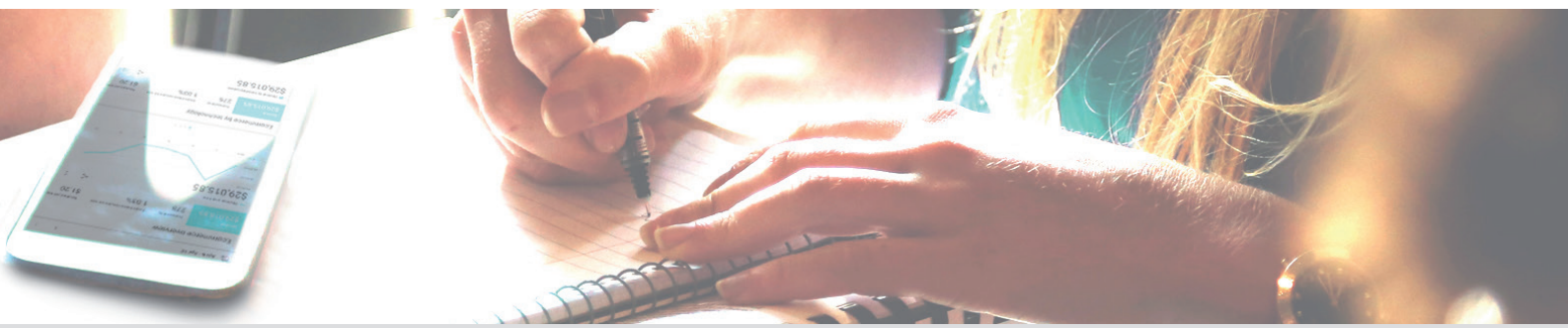
PUBLIC CIBLE

- Dirigeants de TPE, PME, associations, hôteliers, restaurateurs, commerçants
- Collaborateurs en charge de la communication et/ou du marketing de leur organisation
- Toute personne désirant améliorer la visibilité de son site web sur les moteurs de recherche

PRÉ-REQUIS

- Avoir un site internet

- *Pour les personnes atteintes de handicap, nous vous invitons à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivi de la formation.*



FORMATION
RÉFÉRENCEMENT NATUREL

PROGRAMME

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou profils des stagiaires. Denrière mise à jour : 03/2023

1. Introduction au Référencement

- Principe de fonctionnement d'un moteur de recherche et de ses algorithmes
- Présentation des différents moteurs de recherche
- Présentation et définition du référencement
- Différences entre référencement payant) et référencement naturel

2. Les fondamentaux du référencement

- La SERP 1 de Google
- Les leviers d'optimisation du référencement
- Les mots-clés : comment les choisir, les trouver
- La longue traîne

3. Rédiger pour le web

- Techniques de rédaction
- Optimisation des titres et paragraphes
- Techniques d'optimisation sémantique
- Outils d'aide au champ lexical et sémantique

4. Optimiser son site

- Optimisation des urls
- Balises : rôles et fonctions
- Référencement des images
- Autres critères techniques : rapidité d'affichage , redirections, sitemaps, robots txt

5. Augmenter sa notoriété avec le netlinking

- Notions de PageRank et de lien entrant (Back Link)
- Générer des liens entrants de qualité

6. Mesurer l'efficacité de son référencement

- Paramétrage de Google Analytics (GA4)
- Mise en place de reporting
- Autres outils

7. Tendances SEO

MÉTHODES ET ORGANISATION PÉDAGOGIQUES

1. La pédagogie utilisée est participative et demonstrative : elle alterne parties théoriques et ateliers pratiques. Des exemples concrets sont montrés à chaque module.
2. Des applications pratiques sont ensuite réalisées après chaque module, avec les cas concrets des pratiquants.
3. Le formateur réalise la formation en déroulant un diaporama Powerpoint. Il projette en temps réel les applications et les cas concrets avec un ordinateur connecté à internet.
4. A l'issue de la formation, un certificat de réalisation sera délivré dans le cas où le stagiaire aura suivi la totalité de la formation. Sinon, il lui sera délivré une attestation d'assiduité.
5. Documents remis aux participants : supports pédagogiques, boîte à outils (logiciels gratuits et apps), liens de utiles pour continuer à apprendre.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

- Un test d'évaluation des connaissances sera effectué en fin de formation, sous forme de QCM.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

- La convention de formation doit être signée a minima 15 jours avant le début de la formation.

FORMATION
RÉFÉRENCEMENT PAYANT

DURÉE
2 jours en présentiel
14 heures

DATES
Toute l'année
Nous consulter

FORMATEUR
Karine Albanese
Expert Webmarketing
Responsable pédagogique de la formation

PARTICIPANTS
10 maximum

LIEU
Toute la France
Nous consulter

TARIF
800 € HT
Tarif à titre indicatif, nous consulter

PRÉAMBULE

Les campagnes publicitaires sur le web comme les Google Ads sont un moyen très efficace pour améliorer sa visibilité et sa notoriété, ainsi que pour attirer de nouveaux clients Cette formation a pour objectif de permettre aux apprenants de comprendre les enjeux et les concepts du référencement payant (SEA).et de générer du trafic ciblé.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Exploiter les ressources de solutions publicitaires disponibles sur la plateforme Google Ads
- Mettre en oeuvre une stratégie commerciale,
- Définir un budget
- Gérer de manière autonome leurs campagnes publicitaires Google Ads

PUBLIC CIBLE

- Dirigeants de TPE, PME, associations, hôteliers, restaurateurs, commerçants
- Collaborateurs en charge de la communication et/ ou du marketing de leur organisation
- Toute personne souhaitant promouvoir son entreprise sur Google

PRÉ-REQUIS

- Avoir un site internet

- *Pour les personnes atteintes de handicap, nous vous invitons à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivi de la formation.*

FORMATION
RÉFÉRENCEMENT PAYANT

PROGRAMME

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou profils des stagiaires. Dernière mise à jour : 03/2023

1. Introduction au Référencement payant

- Présentation et définition du référencement payant
- Introduction à Google Ads : l'enjeu de de la visibilité dans Google
- Distinction des campagnes recherche, display, shopping, Remarketing, Performance Max
- Le fonctionnement des enchères
- Glossaire du SEA : CPC, CTR, CPM, Quality Score...
- Présentation de l'interface Google Ads

2. Créer une campagne Google Ads

- Choisir le bon type de campagne en fonction de ses objectifs
- Choisir sa période de diffusion et son ciblage
- Définir son budget et sa stratégie d'enchères
- Créer des groupes d'annonces optimisés
- Identifier les bons mots clés
- Rédiger es annonces efficaces
- Utiliser ldes extensions d'annonces

3.Le réseau Display

- Avantages du display
- Identifier les possibilités de ciblage
- Utiliser les systèmes d'enchères adaptés
- Découverte du remarketing

4. Piloter la campagne

- Paramétrage du tracking statistique et des conversions
- Analyse de la performance : choix des KPI's
- Créer un tableau de bord
- Optimiser sa campagne

MÉTHODES ET ORGANISATION PÉDAGOGIQUES

1. La pédagogie utilisée est participative et demonstrative : elle alterne parties théoriques et ateliers pratiques. Des exemples concrets sont montrés à chaque module.
2. Des applications pratiques sont ensuite réalisées après chaque module, avec les cas concrets des pratiquants.
3. Le formateur réalise la formation en déroulant un diaporama Powerpoint. Il projette en temps réel les applications et les cas concrets avec un ordinateur connecté à internet.
4. A l'issue de la formation, un certificat de réalisation sera délivré dans le cas où le stagiaire aura suivi la totalité de la formation. Sinon, il lui sera délivré une attestation d'assiduité.
5. Documents remis aux participants : supports pédagogiques, boîte à outils (logiciels gratuits et apps), liens de utiles pour continuer à apprendre.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

- Un test d'évaluation des connaissances sera effectué en fin de formation, sous forme de QCM.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

- La convention de formation doit être signée a minima 15 jours avant le début de la formation.

FORMATION **COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

DURÉE
2 jours en présentiel
14 heures

DATES
Toute l'année
Nous consulter

FORMATEUR
Karine Albanese
Expert Webmarketing
Responsable pédagogique de la formation

PARTICIPANTS
10 maximum

LIEU
Toute la France
Nous consulter

TARIF
800 € HT
Tarif à titre indicatif, nous consulter

PRÉAMBULE

Cette formation a pour objectif de permettre aux apprenants de comprendre les enjeux de la communication à travers les réseaux sociaux. Elle leur permet ainsi d'utiliser le social media dans leur stratégie de visibilité, de trafic, et de développement commercial.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Connaître les enjeux des réseaux sociaux
- Maîtriser les mécanismes de base des principaux réseaux sociaux
- Définir une stratégie de présence
- Mettre en place une politique d'animation
- Suivre les performances

PUBLIC CIBLE

- Dirigeants de TPE, PME, associations, hôteliers, restaurateurs, commerçants
- Collaborateurs en charge de la communication de leur organisation
- Toute personne intéressée par le fonctionnement des réseaux sociaux

PRÉ-REQUIS

- Aucun pré-requis

- *Pour les personnes atteintes de handicap, nous vous invitons à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivi de la formation.*

FORMATION **COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

PROGRAMME

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou profils des stagiaires. Dernière Mise à jour : 09/2023

1. Les enjeux du Social Media

- Définition et évolutions du marché
- Qui utilise les réseaux sociaux ?
- Glossaire des réseaux sociaux
- Comprendre le fonctionnement des principaux réseaux sociaux
- Présentation des Social Ads
- Introduction au Social Selling
-

2. Définir sa stratégie Social Media

- L'utilisation des réseaux sociaux pour votre entreprise : objectifs
- Comment choisir ses réseaux
- Stratégies efficaces en terme de contenu et d'animation
- Définir une stratégie de contenu
- Définir un calendrier éditorial

3. Animation de vos Réseaux Sociaux

- Création & optimisation de vos comptes professionnels
- Définition de la charte et rédaction des posts type
- Découverte des outils de création et d'animation utilisés par les community managers

4 .Administration de vos Réseaux Sociaux

- Découverte des outils de programmation et de gestion
- Identification des outils statistiques
- Mise en place d'un tableau de bord
- Outils de promotion de vos réseaux sociaux

MÉTHODES ET ORGANISATION **PÉDAGOGIQUES**

1. La pédagogie utilisée est participative et demonstrative : elle alterne parties théoriques et ateliers pratiques. Des exemples concrets sont montrés à chaque module.
2. Des applications pratiques sont ensuite réalisées après chaque module, avec les cas concrets des pratiquants.
3. Le formateur réalise la formation en déroulant un diaporama Powerpoint. Il projette en temps réel les applications et les cas concrets avec un ordinateur connecté à internet.
4. A l'issue de la formation, un certificat de réalisation sera délivré dans le cas où le stagiaire aura suivi la totalité de la formation. Sinon, il lui sera délivré une attestation d'assiduité.
5. Documents remis aux participants : supports pédagogiques, boîte à outils (logiciels gratuits et apps), liens de utiles pour continuer à apprendre.

MÉTHODES D'**ÉVALUATION**

- Un test d'évaluation des connaissances sera effectué en fin de formation, sous forme de QCM.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'**ACCÈS**

- La convention de formation doit être signée a minima 15 jours avant le début de la formation.

FORMATION **COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX - PERFECTIONNEMENT**

DURÉE
2 jours en présentiel
14 heures

DATES
Toute l'année
Nous consulter

FORMATEUR
Karine Albanese
Expert Webmarketing
Responsable pédagogique de la formation

PARTICIPANTS
10 maximum

LIEU
Toute la France
Nous consulter

TARIF
800 € HT
Tarif à titre indicatif, nous consulter

PRÉAMBULE

Le Community Management est un domaine en perpétuelle évolution. Ce stage pratique a pour objectif de vous fournir des moyens concrets, ciblés, et personnalisés pour vous permettre de monter en compétence et de répondre efficacement à vos objectifs. Avec la mise en place d'un plan d'actions opérationnel, vous serez en mesure de le déployer au cours de la formation.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Connaître les dernières tendances Social Media
- Optimiser leurs plans de com Social Media
- Développer leurs stratégies de contenu sur chacun des réseaux sociaux
- Acquérir les leviers pour animer leur communauté et booster l'engagement
- Suivre les performances

PUBLIC CIBLE

- Dirigeants de TPE, PME, startups, associations, hôteliers, restaurateurs, commerçants
- Collaborateurs en charge de la communication de leur organisation
- Toute personne qui souhaite progresser dans l'animation des réseaux sociaux

PRÉ-REQUIS

- Avoir au moins un compte professionnel sur un réseau social
- Il n'y a pas d'autre pré-requis. Il est néanmoins préférable d'avoir suivi la formation initiale, ou d'avoir déjà des connaissances en community management. Un questionnaire de connaissances est renseigné par le stagiaire afin d'évaluer son niveau avant la formation.
- *Pour les personnes atteintes de handicap, nous vous invitons à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivi de la formation.*

FORMATION **COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX - PERFECTIONNEMENT**

PROGRAMME

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou profils des stagiaires. Dernière Mise à jour : 09/2023

1. Les évolutions Social Media

- Comprendre les tendances actuelles : derniers chiffres clés et nouvelles pratiques
- Découvrir les tendances émergentes : nouveautés et évolutions de chaque réseau social
- Les nouveaux enjeux du social media

2. Votre plan de communication Social Media

- Définir les éléments clés pour une stratégie social media efficace
- Analyse de votre diagnostic social
- Vos personas : définition de vos audiences
- Analyse et réflexions sur votre stratégie Social Media
- Définition de vos objectifs principaux et secondaires

3. Elaboration du contenu Social Media

- Connaître et appliquer les bonnes tactiques pour augmenter l'engagement
- Maîtriser les leviers d'interaction des réseaux sociaux (stories, reels, vidéos, live) : utilisation des outils de création
- Créer une animation, un jeu ou un concours
- Identifier et mobiliser les blogueurs, ambassadeurs et influenceurs
- Lutter contre la baisse du Reach avec les contenus sponsorisés

4 Analyse des performances sur les réseaux sociaux

- Identification des outils statistiques
- Mise en place d'un tableau de bord

MÉTHODES ET ORGANISATION **PÉDAGOGIQUES**

1. La pédagogie utilisée est participative et demonstrative : elle alterne parties théoriques et ateliers pratiques. Des exemples concrets sont montrés à chaque module.
2. Des applications pratiques sont ensuite réalisées après chaque module, avec les cas concrets des pratiquants.
3. Le formateur réalise la formation en déroulant un diaporama Powerpoint. Il projette en temps réel les applications et les cas concrets avec un ordinateur connecté à internet.
4. A l'issue de la formation, un certificat de réalisation sera délivré dans le cas où le stagiaire aura suivi la totalité de la formation. Sinon, il lui sera délivré une attestation d'assiduité.
5. Documents remis aux participants : supports pédagogiques, boîte à outils (logiciels gratuits et apps), liens de utiles pour continuer à apprendre.

MÉTHODES D'**ÉVALUATION**

- Un test d'évaluation des connaissances sera effectué en fin de formation, sous forme de QCM.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'**ACCÈS**

- La convention de formation doit être signée a minima 15 jours avant le début de la formation.

FORMATION **SOCIAL SELLING : PROSPECTER & VENDRE GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX**

DURÉE
2 jours en présentiel
14 heures

DATES
Toute l'année
Nous consulter

FORMATEUR
Karine Albanese
Expert Webmarketing
Responsable pédagogique de la formation

PARTICIPANTS
10 maximum

LIEU
Toute la France
Nous consulter

TARIF
800 € HT
Tarif à titre indicatif, nous consulter

PRÉAMBULE

Les réseaux sociaux sont désormais un excellent outil de visibilité, de prospection, et de partenariat. Le social selling est justement l'art de prospecter et vendre grâce aux réseaux sociaux. Ce stage pratique permettra à l'apprenant d'utiliser le social media dans sa stratégie de visibilité et de développement commercial de son activité.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les enjeux et les pespectives du Social Selling
- Définir et déployer une stratégie commerciale «Social Selling» permettant de vendre et de mettre en place des partenariats sur les réseaux sociaux
- Trouver des partenaires et des clients
- Suivre les performances

PUBLIC CIBLE

- Dirigeants de TPE, PME, startups, associations, hôteliers, restaurateurs, commerçants
- Collaborateurs en charge de la communication, du marketing ou des ventes
- Toute personne intéressée par le fonctionnement des réseaux sociaux

PRÉ-REQUIS

- Aucun pré-requis
- *Pour les personnes atteintes de handicap, nous vous invitons à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivi de la formation.*

FORMATION **SOCIAL SELLING : PROSPECTER & VENDRE GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX**

PROGRAMME

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou profils des stagiaires. Dernière Mise à jour : 09/2023

1. Les enjeux du Social Media

- Définition et évolutions du marché
- Le développement commercial sur les réseaux sociaux
- Présentation des principes du Social Selling

2. Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

- Maîtriser le fonctionnement de Linkedin
- Identifier les stratégies efficaces en terme de contenu et d'animation
- Etude et analyse des «best cases» d'animation

3. Animation et administration

- Découverte des outils de création
- Optimisation du paramétrage de son compte
- Identification des outils statistiques
- Mise en place d'un tableau de bord

4. Définir une stratégie de contenu

- Quelle stratégie de contenu ?
- Définir les personas
- Préparer un planning éditorial
- Rédaction des posts-types
- Ecouter le marché et partager sa curation de contenu
- L'intelligence artificielle au service des contenus

5. Travailler son Personal Branding

- Optimiser son profil sur LinkedIn
- Adopter la «networker attitude»
- Les clés de la différenciation

6. Détecter des opportunités commerciales

- Approcher les prospects via les réseaux
- Les solutions de ciblages de prospects
- Les solutions de veille automatisées

MÉTHODES ET ORGANISATION **PÉDAGOGIQUES**

1. La pédagogie utilisée est participative et demonstrative : elle alterne parties théoriques et ateliers pratiques. Des exemples concrets sont montrés à chaque module.
2. Des applications pratiques sont ensuite réalisées après chaque module, avec les cas concrets des pratiquants.
3. Le formateur réalise la formation en déroulant un diaporama Powerpoint. Il projette en temps réel les applications et les cas concrets avec un ordinateur connecté à internet.
4. A l'issue de la formation, un certificat de réalisation sera délivré dans le cas où le stagiaire aura suivi la totalité de la formation. Sinon, il lui sera délivré une attestation d'assiduité.
5. Documents remis aux participants : supports pédagogiques, boîte à outils (logiciels gratuits et apps), liens de utiles pour continuer à apprendre.

MÉTHODES D'**ÉVALUATION**

- Un test d'évaluation des connaissances sera effectué en fin de formation, sous forme de QCM.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'**ACCÈS**

- La convention de formation doit être signée a minima 15 jours avant le début de la formation.

FORMATION **RÉUSSIR SES CAMPAGNES EMAILING**

DURÉE
2 jours en présentiel
14 heures

DATES
Toute l'année
Nous consulter

FORMATEUR
Karine Albanese
Expert Webmarketing
Responsable pédagogique de la formation

PARTICIPANTS
10 maximum

LIEU
Toute la France
Nous consulter

TARIF
800 € HT
Tarif à titre indicatif, nous consulter

PRÉAMBULE

Cette formation a pour objectif de permettre aux apprenants de maîtriser la conception, la mise en oeuvre et le suivi des différentes étapes nécessaires pour le lancement et la réalisation d'une campagne emailing. Elle leur permettra de booster leurs performances en terme de marketing relationnel, mais aussi d'atteindre des objectifs d'acquisition et de fidélisation.

OBJECTIFS

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Constituer et gérer une base de données d'emails
- Etre en conformité avec la réglementation RGPD
- Concevoir des messages pertinents
- Planifier et scénariser leurs campagnes
- Mesurer et optimiser le retour sur investissement de leurs campagnes

PUBLIC CIBLE

- Dirigeants de TPE, PME, associations, hôteliers, restaurateurs, commerçants
- Collaborateurs en charge de la communication et/ou du marketing de leur organisation

PRÉ-REQUIS

- Aucun pré-requis

- *Pour les personnes atteintes de handicap, nous vous invitons à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivi de la formation.*

FORMATION **RÉUSSIR SES CAMPAGNES EMAILING**

PROGRAMME

Le programme de formation et les modalités pédagogiques peuvent être personnalisés et adaptés en fonction des objectifs et/ou profils des stagiaires. Dernière mise à jour : 09/2023

1. Les spécificités de l'email marketing

- Le marché de l'emailing en France et à l'international
- Les forces et faiblesses du canal email
- Les différents types de messages
- Le cadre juridique de l'email marketing

2. Gérer une base de données

- Le nettoyage d'une base de données
- L'enrichissement de la base de données
- La segmentation de la base de données
- Adapter ses pratiques face au RGPD

3. Concevoir des emails pertinents

- Structure et Design
- Contenu et personnalisation

4. Planifier et scénariser ses campagnes

- Planifier l'envoi des emails
- Comprendre le cycle de vie d'un abonné email
- Découvrir les principes du marketing automation

5.Optimiser la délivrabilité

- Les critères de filtrage anti-spam
- Les principales blacklistes et leur fonctionnement
- Constituer une réputation optimale

6. Analyser les performances

- Les indicateurs clés de succès en email marketing (KPIs)
- Elaborer un tableau de bord email selon ses objectifs

MÉTHODES ET ORGANISATION **PÉDAGOGIQUES**

1. La pédagogie utilisée est participative et demonstrative : elle alterne parties théoriques et ateliers pratiques. Des exemples concrets sont montrés à chaque module.
2. Des applications pratiques sont ensuite réalisées après chaque module, avec les cas concrets des pratiquants.
3. Le formateur réalise la formation en déroulant un diaporama Powerpoint. Il projette en temps réel les applications et les cas concrets avec un ordinateur connecté à internet.
4. A l'issue de la formation, un certificat de réalisation sera délivré dans le cas où le stagiaire aura suivi la totalité de la formation. Sinon, il lui sera délivré une attestation d'assiduité.
5. Documents remis aux participants : supports pédagogiques, boîte à outils (logiciels gratuits et apps), liens de utiles pour continuer à apprendre.

MÉTHODES D'**ÉVALUATION**

- Un test d'évaluation des connaissances sera effectué en fin de formation, sous forme de QCM.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'**ACCÈS**

- La convention de formation doit être signée a minima 15 jours avant le début de la formation.

ESKALE

CONTACTEZ-NOUS !

L'agence ESKALE est à votre écoute pour échanger sur vos projets de formation.

Votre contact : Karine Albanese
Tel : 04 88 44 72 33
Email : contact@eskale.fr
37 D rue Saint-Sébastien
13006 Marseille

www.eskale.fr