

Formation ACO-Promotion et diffusion sur internet (Actions Collectives AFDAS)

■ Durée :	5 jours (35 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	875,00 € HT (standard) 700,00 € HT (remisé)
■ Public :	Intermittents (Techniciens du cinéma et de l'audiovisuel, Artistes musiciens, Artistes interprètes (hors musiciens), Techniciens du spectacle vivant)
■ Pré-requis :	Connaissance de base de l'outil informatique (utilisation clavier, souris...) - Connaissance de base d'internet et de l'utilisation d'une messagerie.
■ Objectifs :	Définir ses besoins de valorisation sur le web - Identifier les outils du web et des réseaux sociaux - Se présenter, présenter son travail artistique ou son œuvre en utilisant le web et les réseaux sociaux - Utiliser les réseaux sociaux pour développer son réseau - Développer une campagne de financement participatif en ligne (crowdfunding)
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	<ul style="list-style-type: none">• Formation synchrone en présentiel et distanciel.• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.• Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none">• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.

■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	AUT101443-F
■ Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Introduction

Qu'est-ce que le webmarketing ?

Objectifs et problématiques

Comprendre le contexte

Identifier les outils de promotion web

Les sites web / blogs

La publicité

Les réseaux sociaux

Les emails

Définir les outils à utiliser

Créer un site avec WordPress

Utiliser WordPress

Comprendre la structure

Créer des pages/articles

Insérer des médias

Bien communiquer avec son public

Définir ses objectifs

Choisir ses cibles

Soigner la navigation

Faciliter le contact

Ergonomie, accessibilité

Atelier : créer son site web avec WordPress

SEO - Comprendre l'optimisation d'un site web

Fonctionnement des outils de recherche

Comprendre l'indexation d'un site par un moteur de recherche

Les critères de positionnement

Les actions à réaliser

Optimiser son contenu éditorial

Définir ses mots-clefs

Utiliser les balises d'en-tête

Définir une hiérarchie dans son contenu

Créer un maillage interne

Optimiser la popularité de ses pages

Le système de notation de popularité

Créer une stratégie de backlinks

Identifier des annuaires, forums, blogs...

Optimiser l'indexation de ses pages

Créer un plan de site

Exclure des pages de l'indexation

Améliorer le temps de chargement des pages

Atelier : optimiser son site web pour les moteurs de recherche

SEA - Comprendre la publicité sur le web

Les plateformes publicitaires

Gérer des campagnes publicitaires de recherche

Organiser ses annonces et mots-clefs

Créer des bannières publicitaires

Découvrir les campagnes Display

Paramétrer une campagne

Définir un ciblage et un budget

Atelier : préparer des campagnes de publicité sur Google Ads

SMO - Travailler avec les réseaux sociaux

Utiliser les réseaux sociaux

Vocabulaire, chiffres, avantages/inconvénients

Points communs

Tour d'horizon des principaux réseaux sociaux

Comprendre le fonctionnement de Facebook, Twitter, Instagram...

Créer un profil professionnel

Renseigner son profil professionnel

Bien communiquer avec sa communauté

Les bonnes pratiques à respecter par réseau social

Mettre en avant un contenu sur un réseau social

Varié ses publications

Utiliser les hashtags et les mentions

Générer de l'interaction

Utiliser la publicité

Atelier : créer sa page / son compte sur Facebook, Twitter ou Instagram

E-mails - Création et envoi

Différence e-mailing / newsletter

Utiliser une base de contact opt-in

Définir son outils d'envoi d'e-mails

Créer un bon e-mail

Définir sa cible

Adapter le contenu de son mail

Définir une mise en page et mise en forme

Programmer l'envoi de son email

Atelier : préparer et envoyer un mailing avec un routeur

Crowdfunding

Introduction

Qu'est-ce que le crowdfunding ?

Historique, projets notables, fonctionnement, plateformes existantes

Cagnotte vs Crowdfunding

Bien préparer sa campagne

Quand démarrer sa campagne ?

Se fixer une durée et des objectifs réalistes

Préparer du contenu pour animer sa campagne

Storytelling, raconter une histoire

Contenus animés : contenus rois (teasers, making of, lyrics video, animations...)

Planifier sa campagne (début, durée, fin, points d'étape)

Pour quelles contreparties ?

Lancer sa campagne et bien communiquer

Les cycles de vie d'une campagne de Crowdfunding

Vers qui communiquer et quand ? Avoir le bon timing

Hors ligne vs E-mailing vs Réseaux Sociaux

Animer sa campagne

Les derniers jours

Dépasser ses objectifs

Web Analytics - Introduction

Analyser la performance de sa communication web

Les outils à utiliser : Google Analytics, Google Search Console...

Identifier des rapports d'analyse

Les statistiques à analyser

Conclusion

Synthèse

Questions / Réponses