



# CATALOGUE DE FORMATIONS

2025

## Table des matières

Introduction.....	3
<b>Organisation et projets numériques.....</b>	<b>4</b>
Préparer, formaliser et exploiter un plan marketing numérique .....	5
Analyser les pratiques numériques de ses concurrents et s'en inspirer .....	8
Adapter l'expérience client à l'évolution des comportements numériques.....	12
Réussir un projet CRM en respectant les délais et les budgets .....	16
Rédiger les spécifications fonctionnelles d'un site de e-commerce .....	20
Choisir et se lancer sur une ou plusieurs places de marché ( <i>marketplaces</i> ) .....	23
Intégrer la conduite du changement dans son projet.....	27
<b>Outils et actions numériques.....</b>	<b>31</b>
Définir sa cible et constituer des bases de données prospects ou clients .....	32
Concevoir une campagne d'emailings et suivre ses performances .....	35
Améliorer ses positions dans les résultats de recherche sur Google (SEO).....	38
Automatiser le marketing pour améliorer l'expérience client .....	41
Maîtriser la suite Analytique de Google® .....	44
<b>Réseaux sociaux .....</b>	<b>47</b>
Maîtriser la publicité sur le web et les réseaux sociaux (SEA, display, social ads).....	48
Développer ses relations commerciales et prospecter avec LinkedIn .....	52
Renforcer son influence et sa visibilité sur LinkedIn .....	56
<b>Durées et prix des formations.....</b>	<b>59</b>
Durées et prix des formations.....	60

## Introduction

Ce document est le **catalogue de formations de Vascoo UP** pour l'année 2025.

Il décrit dans le détail les différentes formations proposées par Vascoo UP autour de la transformation numérique des entreprises.

Nos formations sont regroupées en trois catégories :

- Organisation et projets numériques
- Outils et actions numériques
- Réseaux sociaux

Chaque fiche de formation contient un descriptif général de la formation, les objectifs visés, les modalités pédagogiques, le(s) programme(s) standard détaillé(s), le public concerné, les prérequis, les modalités de validation, la durée de la formation ainsi que le prix du (des) programme(s) standard.

Toutes nos formations sont délivrées **à distance**, en plusieurs modules ou sessions pouvant aller de 30 minutes à 2 heures. Elles s'adressent à des groupes de stagiaires composés de 1 à 5 personnes maximum.

L'essentiel de nos formations suit le concept de **LearnAndDo®** : **apprendre et faire en même temps**. Ce concept garantit l'acquisition des connaissances et compétences nécessaires par les stagiaires, tout en permettant la mise en pratique et l'obtention de premiers résultats concrets.

Vous pouvez retrouver le détail de nos formations sur **notre site web** : <https://site.vascoo-up.com/nos-formations-professionnelles/>.

Ainsi que le **règlement intérieur** qui les encadre : <https://site.vascoo-up.com/nos-formations-professionnelles/reglement-interieur/>.

Nos formations font systématiquement l'objet d'une convention de formation, elle-même régie par nos **Conditions Générales de Vente (CGV)** : <https://site.vascoo-up.com/conditions-generales-de-vente/>.

**Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap (PSH)**. Retrouvez, sur notre page dédiée, notre démarche d'accueil et d'adaptation ainsi que nos partenaires : <https://site.vascoo-up.com/nos-formations-professionnelles/accueil-des-personnes-en-situation-de-handicap/>.

## ORGANISATION ET PROJETS NUMERIQUES

## Préparer, formaliser et exploiter un plan marketing numérique

### DESCRIPTION

L'évolution des comportements d'achat et de recherche d'informations nécessite **d'adapter son marketing numérique aux attentes des prospects**, ceci en B to B comme en B to C. Cela ne s'improvise pas : les actions de marketing numérique doivent être préparées, adaptées à la cible visée\*, formalisées puis optimisées en permanence en fonction des résultats. C'est cette organisation et ce suivi qui vont permettre d'adresser pertinemment et efficacement les prospects et clients, de façon rentable pour l'entreprise. Cette formation vous permet de construire votre plan marketing tout en acquérant les compétences pour le faire évoluer et le mettre en œuvre.

\*Si besoin, voir la formation *Définir sa cible et constituer des bases de données prospects ou clients*.

### OBJECTIFS

- Connaître les différentes composantes d'un plan marketing
- Construire un plan marketing cohérent
- Être en mesure de l'exécuter, de le suivre et d'optimiser les résultats

### PUBLIC

- Directions générales
- Directions marketing
- Directions commerciales
- Responsables et équipes marketing
- Responsables commerciaux

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Pourquoi un plan marketing ?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sa conception, sa gouvernance et sa mise en œuvre</li> <li>- L'initialisation : partir des objectifs de vente</li> <li>- Marketing de permission versus marketing d'interruption : quand et pourquoi les utiliser</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 2 : Les éléments nécessaires pour préparer le plan marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les objectifs commerciaux</li> <li>- Les données statistiques historiques</li> <li>- Les valeurs du tunnel de conversion</li> <li>- Comment procéder lorsque ces données ne sont pas disponibles ?</li> <li>- La définition des cibles clients et prospects</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 3 : Gouvernance du plan marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les indicateurs d'efficacité et les objectifs associés (y compris les limites de budget)</li> <li>- L'articulation entre le marketing et les ventes</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 4 : Les piliers</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La proposition de valeur et les messages associés</li> <li>- Les moyens de toucher la cible, les vecteurs de communication</li> <li>- Le plan éditorial</li> <li>- L'efficacité attendue des moyens envisagés en rapport avec leur coût</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>

<b>Module 5 : La planification des actions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les outils nécessaires et souhaitables</li> <li>- Le calendrier des actions</li> <li>- L'attribution des actions</li> <li>- Formalisation du plan marketing numérique de votre entreprise</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 6 : La réalisation du plan marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le suivi du calendrier et des objectifs</li> <li>- La mesure des résultats et du ROI</li> <li>- Le réaligement et l'optimisation permanente</li> <li>- Les différents niveaux de reporting et de collaboration</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** = apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Ils portent par exemple sur la recherche des informations internes nécessaires, des informations externes nécessaires (marché et concurrents), ou encore sur la rédaction d'un plan marketing. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

## PREREQUIS

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

## A PREVOIR POUR LA FORMATION

### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

## PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

### Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

### Evaluation à la sortie :

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

### Evaluation à froid :

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

## DUREE

- 6 séances de 2h à répartir sur 2 mois, soit **un total de 12h**
- Compter 20 à 30h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

## CALENDRIER DE MISE EN PLACE

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

## PRIX

Nombre de participants	Prix par groupe
1 personne	3.250€ HT
2-3 personnes	4.200€ HT
4-5 personnes	4.800€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Analyser les pratiques numériques de ses concurrents et s'en inspirer

### DESCRIPTION

Sur le web il ne suffit pas d'être présent : il faut être le meilleur, c'est-à-dire **avoir une meilleure visibilité que celle de ses concurrents**, et attirer puis fidéliser le plus grand nombre de visiteurs. Connaître les pratiques numériques de ses concurrents est une étape indispensable : cela va permettre d'identifier les espaces sur lesquels agir et les meilleures pratiques desquelles s'inspirer. Les performances numériques des concurrents peuvent évoluer rapidement. Il faut donc les suivre de près en menant une analyse régulière, à l'aide d'outils et de modèles préétablis. Au cours de cette formation vous apprendrez à créer un modèle d'analyse, choisir les outils nécessaires pour collecter les données dont vous aurez besoin, analyser ces données et en déduire des actions.

### OBJECTIFS

- Analyser la performance numérique de ses principaux concurrents (France et étranger) selon différents axes d'étude (analyse du trafic, positionnement sur les moteurs de recherche, sur les réseaux sociaux, qualité et régularité du contenu...)
- Être en mesure de tirer des conclusions et des actions à mener pour améliorer ou conserver sa performance numérique
- Elaborer des modèles de tableaux et de graphiques afin d'organiser et analyser les données, et pouvoir réitérer l'étude régulièrement
- Sélectionner les meilleurs outils à utiliser

### PUBLIC

- Directions générales
- Directions marketing
- Responsables et équipes marketing.

### PROGRAMME

Modules et contenus :		Durée :
<p><b>Module 1 : Introduction</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pourquoi analyser le positionnement et les pratiques numériques de ses concurrents ?</li> <li>- Quels sont les domaines à analyser et quelles informations peut-on en tirer ?</li> </ul>		<b>1 séance de 1h30</b>
Catégorie	Exemples d'analyses :	
Trafic sur les sites web	Trafic organique vs. Payant, sources de trafic, trafic par pays, trafic par concurrent par pays, ...	
Positionnement des sites sur les moteurs de recherche (SEO)	Nombre de mots clés référencant les sites concurrents dans les 10 / 100 meilleurs résultats sur les moteurs de recherche (marque / hors marque), volume des recherches générées par ces mots-clés, part des recherches marque et hors marque dans le trafic, répartition du nombre de mots-clés par concurrent, par pays, ...	
Analyse des backlinks	Backlinks générant moins/plus de 10 visites par mois pour chaque concurrent, 10 meilleurs backlinks de chaque concurrent, répartition par pays/par concurrent du trafic généré par les backlinks, ...	
Etude de la publicité digitale chez les concurrents	Etude des annonces et bannières payantes, ...	
Comportement des visiteurs sur les sites web	Nombre de pages vues par visite, taux de rebond, durée moyenne de visite, part du trafic sur ordinateur/mobile, ...	
Présence sur les réseaux sociaux	Nombre d'abonnés sur les pages réseaux sociaux des concurrents, nombre de publications mensuelles moyennes sur les réseaux sociaux, engagement mensuel moyen des abonnés, publications ayant généré le plus d'interactions, ...	
Analyse des stratégies de contenu des concurrents	Types de contenus accessibles sur les sites web (rubriques, supports...), nature des sujets, fréquence de publication, ...	
Analyse technique des sites web	Performance du site, accessibilité, SEO, ...	

<p><b>Module 2 : Elaborer un cadre d'analyse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lister ses principaux concurrents et les pays à étudier</li> <li>- Choisir des outils (SemRush, Google Analytics / ads, Website IQ, Lighthouse, ...)</li> <li>- Préparer des modèles d'analyse et de rapport (Excel)</li> <li>- Evaluer la durée nécessaire à la réalisation de l'étude</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<p><b>Module 3 : Lancer l'analyse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir utiliser les outils (retenus par l'entreprise) pour collecter les données</li> <li>- Collecter les données et les insérer dans les tableaux d'analyse</li> <li>- Concevoir et appliquer des formules (si nécessaire), créer des graphiques</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<p><b>Module 4 : Suivi de l'analyse</b>  <i>Ce module, décliné en plusieurs séances, permet de suivre le travail de collecte des données et de réalisation des graphiques effectué entretemps par les stagiaires.</i></p>	<b>4 séances de 30 minutes</b>
<p><b>Module 5 : Définir des actions pour améliorer sa performance numérique</b>  <i>Ce module est réalisé une fois l'analyse finalisée.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en valeur et interpréter les résultats</li> <li>- En déduire des axes de progression</li> <li>- Comment améliorer sa performance sur les axes identifiés ?</li> <li>- Renouveler l'analyse des performances numériques de ses concurrents</li> </ul>	<b>1 séance de 1h</b>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

Attention : pour la mise en pratique **à partir du module 3**, il devient nécessaire de souscrire à un abonnement auprès de différents outils. Les coûts et éléments comparatifs sont détaillés en amont afin d'aider au choix. La mise en pratique ne peut avoir lieu sans cela.

### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

**Formateur :**

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

**PREREQUIS**

Pour cette formation il est nécessaire de **savoir utiliser certaines fonctions sous Excel**. Un QCM est proposé à chaque stagiaire en amont de la formation, afin d'évaluer ses connaissances sur le sujet.

**A PREVOIR POUR LA FORMATION****Matériel informatique et connexion Internet :**

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

**Comptes et abonnements :**

Selon le choix opéré suite au module 2, la souscription d'**abonnements auprès de différents outils** (ex. Semrush) est nécessaire.

Avoir un compte sur le ou les **réseaux sociaux** étudiés (LinkedIn, Facebook, Instagram...) est également indispensable.

**PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE****Evaluation à l'entrée :**

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée (hors prérequis) ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

**Evaluation à la sortie :**

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

**Evaluation à froid :**

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

**DUREE**

- 8 séances à répartir sur 2,5 mois, soit **un total de 8h**.
- Compter 30 à 40h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

**CALENDRIER DE MISE EN PLACE**

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

**PRIX**

<b>Nombre de participants</b>	<b>Prix par groupe</b>
1 personne	2.600€ HT
2-3 personnes	3.050€ HT
4-5 personnes	3.600€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Adapter l'expérience client à l'évolution des comportements numériques

### DESCRIPTION

La façon dont les clients se renseignent, choisissent, commandent et se fidélisent évolue vite. Cette évolution s'accélère, mais les parcours clients proposés ne s'adaptent pas toujours aussi vite. Aujourd'hui, **ne pas avoir un parcours client adapté aux attentes, c'est laisser le champ libre à des concurrents plus agiles.** Inversement, s'adapter plus vite permet de récupérer des parts de marché. Cette formation vous explique comment procéder et vous aide à construire votre parcours client au fur et à mesure des modules.

### OBJECTIFS

- Comprendre les nouvelles attentes des prospects et clients
- Evaluer les approches possibles
- Sélectionner les évolutions souhaitables de l'expérience client pour votre entreprise
- Construire un plan d'action cohérent et chiffré

### PUBLIC

- Directions générales
- Directions marketing
- Directions commerciales
- Responsables et équipes marketing
- Responsables et équipes commerciaux

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Le parcours client</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qu'est-ce que le parcours et l'expérience client ?</li> <li>- Les étapes et leur évolution</li> <li>- Les différents types de comportement</li> <li>- Quand faut-il plaire à tout le monde et quand n'est-ce pas nécessaire ?</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 2 : La visibilité numérique</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pourquoi la visibilité numérique est-elle essentielle ?</li> <li>- Comment être visible en fonction des habitudes de sa clientèle ?</li> <li>- Quelles sont les informations et contenus recherchés par les prospects et clients ?</li> <li>- Faire mieux que ses concurrents</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 3 : Les signaux et les interactions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- Comment suivre les comportements anonymes</li> <li>- Les différents signaux faibles et fort</li> <li>- Les interactions</li> <li>- La consolidation et l'exploitation des signaux</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 4 : La recherche et la fourniture d'informations</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- Quelles sont les informations attendues par les clients ?</li> <li>- La dictature de l'urgence</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ce qui automatisable et ce qui ne l'est pas</li> <li>- La continuité de l'engagement</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	
<p><b>Module 5 : Le passage de commandes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- L'évolution du passage de commandes</li> <li>- Répartition des rôles marketing et ventes</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<p><b>Module 6 : La contractualisation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- Faciliter les procédures</li> <li>- Attention au refus croissant de l'engagement !</li> <li>- La signature électronique</li> <li>- Les différents modes de paiement</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<p><b>Module 7 : La livraison des produits et services et l'après-vente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- Le suivi des livraisons</li> <li>- L'assistance</li> <li>- L'information et l'après-vente</li> <li>- La fidélisation</li> <li>- Les recommandations et la notation</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<p><b>Module 8 : La formalisation du parcours client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reprise de tous les travaux réalisés pour les compiler et effectuer les 2 points suivants</li> <li>- Formalisation d'une proposition de parcours client pour votre entreprise</li> <li>- Rédaction d'un plan d'action avec budget et délais si les conditions sont réunies</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** = apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Il s'agit par exemple de rechercher les informations internes nécessaires, les informations externes nécessaires (marché et concurrents), ou encore de formaliser les processus actuels et futurs. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

**Moyens techniques :**

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

**Formateur :**

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

**PREREQUIS**

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

**A PREVOIR POUR LA FORMATION****Matériel informatique et connexion Internet :**

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

**PROCEDURES D'ÉVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE****Évaluation à l'entrée :**

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

**Évaluation à la sortie :**

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

**Évaluation à froid :**

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

**DUREE**

- 8 séances de 2h à répartir sur 2 mois, soit **un total de 16h**
- Compter 30h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

**CALENDRIER DE MISE EN PLACE**

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

**PRIX**

<b>Nombre de participants</b>	<b>Prix par groupe</b>
1 personne	4.300€ HT
2-3 personnes	5.600€ HT
4-5 personnes	6.400€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Réussir un projet CRM en respectant les délais et les budgets

### DESCRIPTION

Avoir une CRM est devenu indispensable, dans un environnement numérique où il faut suivre en temps réel un grand nombre de signaux et interactions émis par les prospects et clients. La majorité des entreprises sont équipées, mais souvent avec d'anciennes versions de CRM qui ne sont que des gestionnaires améliorés de fichiers clients et n'intègrent pas toutes les fonctionnalités indispensables. Les projets CRM sont souvent longs et coûteux, même quand la solution choisie est performante. Ce n'est pas une fatalité : **la mise en œuvre de bonnes pratiques permet de déployer une CRM rapidement et à moindre coût**, en respectant quelques règles. Cette formation vous présente l'ensemble de la marche à suivre tout en construisant votre expression de besoin, vos spécifications, l'appel à proposition et le plan de conduite du changement.

### OBJECTIFS

- Comprendre ce que votre entreprise peut et doit attendre d'une CRM
- Détailler l'ensemble des étapes nécessaires depuis l'expression de besoin jusqu'à la réception
- Rédiger au cours de la formation l'expression de besoins, les spécifications et l'appel à propositions

### PUBLIC

- Directions générales
- Directions des Systèmes d'Information
- Directions commerciales
- Directions marketing
- Responsables et équipes chargés de projet au sein de ces directions

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Que peut-on et que doit-on attendre d'une CRM ?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qu'est-ce qu'une CRM ?</li> <li>- Les fonctionnalités commerciales</li> <li>- Les fonctionnalités marketing</li> <li>- L'usage pour les services notamment après-vente / maintenance</li> <li>- La gestion des autres relations</li> <li>- Cartographie des workflows de l'entreprise</li> <li>- Panorama des solutions existantes</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 2 : L'expression de besoin et les spécifications</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'expression de besoin : ne pas se limiter à reproduire l'existant</li> <li>- Avoir conscience du coût des besoins exprimés</li> <li>- Les spécifications : s'appuyer sur les fonctionnalités standard des outils</li> <li>- Qui pour élaborer l'expression de besoin ?</li> <li>- Choisir ou ne pas choisir un outil au stade des spécifications ?</li> <li>- Transformer les spécifications en appel à proposition</li> <li>- Le choix d'un intégrateur</li> <li>- Le choix d'un outil</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 3 : Le choix et la contractualisation</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- L'analyse des réponses</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le TCO (<i>Total Cost of Ownership</i>) sur 5 ans</li> <li>- Les clauses contractuelles et engagements de l'intégrateur et de l'éditeur</li> <li>- La réalisation d'un POC</li> <li>- Les ressources nécessaires en interne pour la réalisation du projet</li> <li>- Les coûts cachés</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	
<p><b>Module 4 : La conduite du changement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- Qu'est-ce que la conduite du changement ?</li> <li>- En quoi est-elle indispensable pour un projet CRM ?</li> <li>- Définir un plan de conduite du changement adapté : <ul style="list-style-type: none"> <li>o Fixer le périmètre</li> <li>o Désigner un sponsor</li> <li>o Définir des actions de communication</li> <li>o Identifier les résistances et préparer des réponses</li> <li>o Prévoir des formations</li> <li>o Collecter le feedback des utilisateurs</li> </ul> </li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<p><b>Module 5 : La conduite de projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- L'approbation de l'équipe projet</li> <li>- Les premiers ateliers</li> <li>- Le POC et sa validation</li> <li>- Les autres jalons</li> <li>- Le bac à sable (maquette et prototype)</li> <li>- La collecte et la structuration des données pour les transferts</li> <li>- La gestion/le refus des modifications et dépassements</li> <li>- Qui impliquer à ce stade ?</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<p><b>Module 6 : La réception de la CRM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- La préparation des tests</li> <li>- La réalisation des tests</li> <li>- Les écarts admissibles</li> <li>- La période de garantie</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<p><b>Module 7 : Le déploiement et le suivi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La conduite du changement</li> <li>- Le support lors du lancement</li> <li>- Les adaptations éventuelles</li> <li>- L'adhésion et le renforcement</li> <li>- Application au cas de votre entreprise</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<p><b>Module 8 : La formalisation pour votre entreprise</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reprise de tous les travaux réalisés</li> <li>- Formalisation de l'expression de besoin, des spécifications et de l'appel à proposition</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

## PREREQUIS

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

## A PREVOIR POUR LA FORMATION

### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

## PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

### Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

### Evaluation à la sortie :

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

### Evaluation à froid :

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

### DUREE

- 8 séances de 2h à répartir sur 2 mois, soit **un total de 16h**
- Compter 30h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

### CALENDRIER DE MISE EN PLACE

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

### PRIX

Nombre de participants	Prix par groupe
1 personne	4.300€ HT
2-3 personnes	5.600€ HT
4-5 personnes	6.400€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Rédiger les spécifications fonctionnelles d'un site de e-commerce

### DESCRIPTION

Le e-commerce est désormais un canal de vente incontournable pour toutes les entreprises, même et surtout en B2B. **C'est l'opportunité de toucher plus de clients potentiels, d'étendre sa zone géographique et de s'ouvrir à un nouveau marché.** Mais la conception d'un site de e-commerce ne s'improvise pas. Afin de limiter les risques et d'obtenir les meilleurs taux de conversion possible, il est nécessaire d'avoir préalablement envisagé toutes les réponses aux questions qui pourraient se présenter.

### OBJECTIFS

- Préparer les données et informations nécessaires au lancement d'un site marchand
- Valider que toutes les étapes préalables au développement d'un site de e-commerce ont été pensées
- Rédiger les spécifications fonctionnelles d'un projet de e-commerce

### PUBLIC

- Directions marketing
- Responsables et équipes marketing
- Directions commerciales
- Responsables et équipes commerciales
- Directions des Systèmes d'Information

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Collecter les éléments nécessaires au lancement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etudier les attentes des clients</li> <li>- Analyser l'offre des concurrents</li> <li>- Répertorier les freins éventuels (relatifs et absolus)</li> <li>- Dessiner le processus d'achat</li> <li>- Evaluer le temps et les moyens à investir dans le projet</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 2 : Envisager et choisir une solution technique</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- Site de e-commerce vs. Place de marché : comment choisir ?</li> <li>- Quelles sont fonctionnalités indispensables d'une bonne solution technique ?</li> <li>- Quelle plateforme choisir ?</li> <li>- Opérer des choix techniques : hébergeur, nom de domaine, sécurité, version mobile, ...</li> <li>- Choisir un prestataire</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 3 : Planifier le lancement en amont</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- Connaître les obligations légales</li> <li>- Collecter les données logistiques et tarifaires</li> <li>- Elaborer les fiches produits, produire des images (prévoir un budget photos)</li> <li>- Structurer le catalogue (les articles et leur présentation)</li> <li>- Choisir un design pour le site</li> <li>- Prévoir des options de traduction</li> <li>- Intégrer les obligations découlant du RGPD</li> <li>- Fixer les modalités de paiement (coûts, devises, garanties)</li> <li>- Mettre en place (ou non) une solution de gestion d'avis clients (avis vérifiés)</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Décider des modalités d'assistance et de SAV</li> <li>- Travaux à réaliser avant la prochaine session</li> </ul>	
<p><b>Module 4 : Animer le site et planifier le marketing autour du site</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation des travaux de la session précédente</li> <li>- Prévoir les ressources nécessaires pour faire vivre le site</li> <li>- Booster la visibilité du site de e-commerce</li> <li>- Créer un blog pour son site de e-commerce ?</li> <li>- Générer du trafic vers le site de e-commerce : <ul style="list-style-type: none"> <li>o Optimisation pour les moteurs de recherche</li> <li>o Lancement de « Promos »</li> <li>o Communication autour des offres</li> </ul> </li> <li>- Suivre le comportement des visiteurs sur le site (tracking)</li> <li>- Analyser les résultats obtenus</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

## PREREQUIS

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

## A PREVOIR POUR LA FORMATION

### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

**Accès à l'information :**

Pour cette formation il est nécessaire d'avoir accès aux informations sur l'offre de l'entreprise.

**PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE****Evaluation à l'entrée :**

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

**Evaluation à la sortie :**

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

**Evaluation à froid :**

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

**DUREE**

- 4 séances de 2h à répartir sur 2 mois, soit **un total de 8h**
- Compter au moins 15h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

**CALENDRIER DE MISE EN PLACE**

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

**PRIX**

Nombre de participants	Prix par groupe
1 personne	2.600€ HT
2-3 personnes	3.050€ HT
4-5 personnes	3.600€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Choisir et se lancer sur une ou plusieurs places de marché (marketplaces)

### DESCRIPTION

Être présent sur une ou plusieurs places de marché peut s'avérer utile voire indispensable pour **gagner en notoriété et générer plus de ventes**. Les places de marché ont d'ailleurs permis à de nombreuses TPE/PME de limiter la baisse des ventes liée à la crise sanitaire en 2020, en fournissant de nouveaux débouchés. Mais vendre sur une place de marché, ce n'est pas uniquement vendre sur Amazon : de nombreuses solutions existent, parfois spécialisées, en B2B comme en B2C. Il est toutefois nécessaire de bien connaître les plateformes en amont, afin d'éviter les mauvaises surprises. Cette formation vous accompagne dans le choix d'une ou plusieurs places de marché, et si souhaité, dans leur utilisation.

### OBJECTIFS

- Connaître le fonctionnement et les conditions des différentes places de marché pertinentes dans son secteur ou pour ses produits (conditions à respecter, coûts, options, publicité, erreurs à éviter...)
- Faire un choix d'une ou plusieurs places de marché
- Préparer et lancer sa présence sur la ou les places de marché choisies
- Suivre les résultats et en déduire des ajustements

### PUBLIC

- Responsables et équipes marketing
- Responsables et équipes commerciales

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<p><b>Module 1 : Introduction et choix d'une première liste de marketplaces (B2C et/ou B2B)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduction : présentation et intérêts des marketplaces</li> <li>- Définir son marché : <ul style="list-style-type: none"> <li>o Produits / catégories de produits</li> <li>o Cible visée</li> <li>o Zone géographique (France/ International)</li> </ul> </li> <li>- Connaître les places de marché existantes dans son secteur : <ul style="list-style-type: none"> <li>o France : marketplaces génériques et/ou spécialisées</li> <li>o International</li> </ul> </li> </ul> <p><b>A l'issue de ce module, une liste courte des marketplaces envisageables est retenue.</b></p>	<b>1 séance de 2h</b>
<p><b>Module 2 : Comparaison des marketplaces retenues</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fonctionnement de base des marketplaces : <ul style="list-style-type: none"> <li>o Conditions d'entrée et d'engagement</li> <li>o Coût / frais</li> <li>o Options gratuites et payantes</li> <li>o Conditions d'utilisation à connaître / pratiques interdites</li> <li>o Facturation</li> <li>o Options de livraison</li> <li>o Gestion des stocks et de la logistique</li> </ul> </li> <li>- Options de publicité</li> <li>- Données communiquées par la place de marché</li> <li>- Statistiques fournies par la place de marché</li> </ul> <p><b>A l'issue de ce module, un choix est fait sur une ou plusieurs marketplaces.</b></p>	<b>1 séance de 2h</b>

<p><b>Module 3 : Préparer les équipes internes et le réseau existant</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caractériser le changement pour les équipes commerciales, logistiques, et le réseau de distribution</li> <li>- Préparer les équipes commerciales et le réseau de distribution : <ul style="list-style-type: none"> <li>o Prévoir des communications</li> <li>o Recueillir et traiter les résistances</li> </ul> </li> <li>- Préparer et communiquer avec les équipes logistiques</li> </ul> <p>Ce module se rapporte à la conduite du changement. Pour un cours plus complet, voir notre formation <i><b>Intégrer la conduite du changement dans son projet.</b></i></p>	<p><b>1 séance de 2h</b></p>
<p><b>Module 4 : Intégrer et vendre sur une ou plusieurs marketplaces</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer son compte vendeur / sa boutique</li> <li>- Choisir et mettre en ligne ses produits / créer ses fiches produits</li> </ul>	<p><b>1 séance de 2h</b></p>
<p><b>Module 5 : Suivre les résultats et la rentabilité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Suivre les résultats et la rentabilité</li> <li>- Utiliser la publicité</li> </ul>	<p><b>1 séance de 2h</b></p>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. La plupart des sessions reposent sur des **échanges d'informations** entre le groupe et le formateur. Des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Ils sont revus avec le formateur au début du cours suivant. Lors des paramétrages et configurations sur la place de marché retenue, l'un des participants devra être leader actif et partager son écran afin que le formateur puisse le guider dans l'outil.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

Attention : pour la mise en pratique **à partir du module 4**, des coûts sont à prévoir en fonction des marketplaces retenues. Les éléments nécessaires au choix des marketplaces, dont le coût d'utilisation, sont détaillés en amont. La mise en pratique ne peut avoir lieu sans cela.

### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

## PREREQUIS

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

## A PREVOIR POUR LA FORMATION

### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

### Création de comptes et budget :

Selon les choix opérés pendant la formation, sont à prévoir :

- La création **d'un compte voire d'une boutique** sur la ou les marketplaces retenues
- Un **budget** d'utilisation
- Eventuellement un budget pour des options supplémentaires d'utilisation ou de publicité

## PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

### Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

### Evaluation à la sortie :

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **bilan de contrôle, par le formateur, des actions réalisées** par les stagiaires tout au long de la formation, en vue d'atteindre les objectifs visés.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

### Evaluation à froid :

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

## DUREE

- 5 séances de 2h à répartir sur 2,5 mois, soit **un total de 10h**
- Compter 15h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

## CALENDRIER DE MISE EN PLACE

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

**PRIX**

<b>Nombre de participants</b>	<b>Prix par groupe</b>
1 personne	2.700€ HT
2-3 personnes	3.150€ HT
4-5 personnes	4.000€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Intégrer la conduite du changement dans son projet

### DESCRIPTION

Tout changement introduit dans une équipe nécessite une adaptation des collaborateurs concernés, qu'il s'agisse de modifier les outils, les processus, les méthodes ou l'organisation. **Pour que les collaborateurs s'adaptent au changement, il faut qu'ils le comprennent, qu'ils l'acceptent et qu'ils se l'approprient.** Le rôle de la conduite du changement est d'accompagner les équipes vers cet état d'appropriation. Sans conduite du changement, le risque est de voir le projet -quel qu'il soit- menacé par les réactions de rejet, les réticences ou la méfiance des personnes concernées. Cette formation vous délivre une méthode de conduite du changement pratique, orientée sur le concret plus que sur la théorie, et adaptée à la taille de votre entreprise. Vous apprendrez ce qu'est la conduite du changement et comment la mettre en place facilement et sans trop de ressources.

Il n'est pas nécessaire d'avoir déjà un projet en cours ou prévu à court terme. Si tel est le cas toutefois, il est préférable de suivre cette formation avant le lancement du projet.

Exemples de projet de changement possibles :

- Mis en place d'un outil : CRM, ERP, logiciel métier...
- Changement de processus : nouvelle réglementation, nouveaux processus, dématérialisation...
- Evolution de l'activité : lancement d'un site de e-commerce, utilisation des réseaux sociaux par les équipes commerciales...
- Changements affectant la chaîne marketing-vente : nouvelle organisation marketing-vente, nouveaux parcours clients...
- Changement dans l'organisation : réorganisation territoriale, réorganisation de services, déménagement, fusion / rachat, arrêt d'une activité dans l'entreprise, nouvelle méthode de management, mise en place du télétravail....

### OBJECTIFS

- Comprendre ce qu'est la conduite du changement et son importance
- Savoir comment concevoir et mettre en pratique une conduite du changement simple, opérationnelle et efficace pour son projet

### PUBLIC

- Directions Générales
- Toutes directions
- Tous responsables d'équipes

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<p><b>Module 1 : Introduction à la conduite du changement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qu'est-ce qu'un changement ?</li> <li>- Qu'est-ce que la conduite du changement ?</li> <li>- A quoi sert la conduite du changement et pourquoi l'intégrer dans son projet ?</li> <li>- Les bases de la conduite du changement : anticipation, préparation, organisation, participation ou concertation (<i>bottom-up</i>)</li> <li>- Les phases de la conduite du changement</li> <li>- Articuler la conduite du changement avec le planning du projet</li> </ul>	<p><b>1 séance de 1h30</b></p>
<p><b>Module 2 : Définir le cadre du projet, établir un diagnostic du changement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir le cadre du projet :               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Définir son ou ses projets</li> <li>○ Identifier le périmètre du projet</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>1 séance de 1h30</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Formaliser les objectifs attendus pour l'entreprise</li> <li>○ Connaître les grandes étapes du projet</li> <li>- Etablir un diagnostic du changement : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lister les personnes ou groupes impactés par le changement</li> <li>○ Identifier les impacts du changement pour ces personnes ou groupes</li> <li>○ Tenir compte de l'historique du changement dans l'entreprise</li> <li>○ Identifier de potentielles résistances</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>Module 3 : Cartographier les acteurs du changement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le rôle du ou des sponsors</li> <li>- Le rôle des managers</li> <li>- La personne ou l'équipe en charge de la conduite du changement</li> <li>- Cartographier les acteurs engagés ou impliqués par le changement</li> <li>- Repérer les personnes résistantes, identifier des ambassadeurs potentiels</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<p><b>Module 4 : Identifier et traiter les résistances</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendre le mécanisme de résistance au changement</li> <li>- Détecter les signaux ou manifestations de résistance (passive et active)</li> <li>- Connaître les modes de traitement des résistances au changement</li> <li>- Anticiper les résistances et préparer des réponses</li> <li>- Application au projet : quelles sont les résistances possibles et comment les traiter ?</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<p><b>Module 5 : Définir un plan d'action de conduite du changement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir les ressources à disposition : humaines, financières, matérielles</li> <li>- Planifier les actions à mettre en œuvre : communication, formation, feedbacks, etc.</li> <li>- Etablir un plan de communication</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<p><b>Module 6 : Elaborer des actions de communication efficaces</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Communications collectives : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les règles à respecter</li> <li>○ Cas pratique : rédiger l'annonce du lancement d'un projet par le sponsor</li> <li>○ Cas pratique : organiser un kick-off de lancement d'un projet</li> </ul> </li> <li>- Communications individuelles : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les règles à respecter</li> <li>○ Cas pratique : planifier et animer des entretiens individuels pour collecter les attentes, réticences, craintes</li> </ul> </li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<p><b>Module 7 : Suivre l'acceptation du changement dans le temps</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluer l'acceptation du projet dans les faits</li> <li>- Prévoir la collecte de feedbacks</li> <li>- Bilan de la formation</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation ne suit pas le concept de **LearnAndDo™**. Des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre, mais il s'agit d'exercices théoriques ou de réflexion, et non d'une mise en pratique. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

#### **Moyens techniques :**

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

#### **Formateur :**

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

### **PREREQUIS**

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

### **A PREVOIR POUR LA FORMATION**

#### **Matériel informatique et connexion Internet :**

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

### **PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE**

#### **Evaluation à l'entrée :**

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

#### **Evaluation à la sortie :**

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

#### **Evaluation à froid :**

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

### **DUREE**

- 7 séances de 1h30 à répartir sur 3 mois, soit **un total de 10h30**
- Compter environ 10h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

## CALENDRIER DE MISE EN PLACE

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

## PRIX

Nombre de participants	Prix par groupe
1 personne	2.800€ HT
2-3 personnes	3.700€ HT
4-5 personnes	4.200€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## OUTILS ET ACTIONS NUMERIQUES

## Définir sa cible et constituer des bases de données prospects ou clients

### DESCRIPTION

Les trois piliers d'un marketing numérique efficace sont la connaissance de la cible (clients et prospects), la pertinence du message qu'on lui adresse et la sélection des meilleurs canaux de communication. **Savoir qui l'on cible est le point de départ** : il faut connaître ses clients et prospects pour pouvoir s'adresser à eux efficacement. Les outils numériques, et surtout la qualité des données disponibles, permettent de connaître, de comprendre sa cible, et de constituer des bases de données à des coûts modérés (dans le respect du RGPD et des lois nationales).

Cette formation vous permet de définir précisément votre cible (sociétés et *persona*), puis de sélectionner la meilleure méthode pour construire ou enrichir votre base de données prospects et clients, tout en acquérant les compétences pour la tenir à jour et la faire évoluer.

### OBJECTIFS

- Définir, formaliser et valider sa cible
- Connaître les différentes méthodes de constitution et d'enrichissement de bases de données
- Mettre en place (et appliquer) un plan de constitution ou d'enrichissement d'une base de données
- Être en mesure de disposer de données fiables, à jour et utiles, collectées puis utilisées dans le respect du RGPD et des lois nationales

### PUBLIC

- Directions marketing
- Directions commerciales
- Responsables et équipes marketing
- Responsables et équipes commerciaux

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Définition de la cible</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaissance de la cible en largeur</li> <li>- Connaissance de la cible en profondeur</li> <li>- La notion de <i>personae</i></li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 2 : Les objectifs et leur contrôle</b>	
<b>Module 3 : Le respect du RGPD et des lois nationales</b>	
<b>Module 4 : Les solutions de mise en œuvre</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les différents critères de sélection disponibles</li> <li>- L'approche ABM : quand est-elle pertinente ?</li> <li>- Les achats de données : avantages et inconvénients</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 5 : La mise en œuvre de la constitution de la base</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La recherche d'informations</li> <li>- Les outils disponibles</li> <li>- Les procédures de recherche</li> <li>- La productivité attendue et les coûts envisageables</li> <li>- L'enregistrement et l'exploitation des données</li> </ul>	<b>2 séances de 2h</b>
<b>Module 6 : L'exploitation et la vie de la base</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La tenue à jour et l'évolution de la base : les automatismes possibles</li> <li>- L'exploitation des données</li> <li>- Le suivi de la phase anonyme et des signaux faibles et forts</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

Attention : pour la mise en pratique, **des achats de données ou des souscriptions d'abonnement** auprès de certains prestataires sont à prévoir. Les coûts sont détaillés lors de la formation afin d'aider au choix des outils (les hypothèses de coût peuvent vous être communiquées avant le passage de commande afin d'éviter toute surprise). La mise en pratique ne peut avoir lieu sans cela.

### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

## PREREQUIS

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

## A PREVOIR POUR LA FORMATION

### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

### Outils et informations :

Pour cette formation il est nécessaire de :

- Disposer des **accès et outils nécessaires** (compte LinkedIn, le cas échéant licence Sales Navigator, outil de reconstitution d'email)
- Avoir accès à l'**historique client** pour réaliser une analyse statistique

## PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

### Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

**Evaluation à la sortie :**

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

**Evaluation à froid :**

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

**DUREE**

- 5 séances de 2h à répartir sur 2 mois, soit **un total de 10h**
- Compter 15 à 20h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

**CALENDRIER DE MISE EN PLACE**

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

**PRIX**

Nombre de participants	Prix par groupe
1 personne	2.700€ HT
2-3 personnes	3.150€ HT
4-5 personnes	4.000€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Concevoir une campagne d'emails et suivre ses performances

### DESCRIPTION

L'emailing est l'un des canaux les plus populaires, les plus pratiques et les plus efficaces parmi les actions marketing. **Encore faut-il savoir planifier, construire et utiliser ce mode de communication** à bon escient, tout en respectant les règles du RGPD. Cette formation vous aide à planifier vos communications, à choisir un outil, rédiger des modèles et suivre les indicateurs clés pour que l'emailing vous permette d'atteindre vos objectifs.

### OBJECTIFS

- Savoir cibler, planifier, concevoir, lancer et suivre une campagne d'emails
- Connaître les règles à respecter (ex. RGPD) et les pratiques à éviter
- Savoir mesurer les résultats d'une campagne et en déduire les ajustements nécessaires
- Détecter et analyser les signaux marketing générés par les campagnes

### PUBLIC

Responsables et équipes marketing.

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<p><b>Module 1 : Introduction et définition du cadre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pourquoi faire des emails ?</li> <li>- Avantages et inconvénients de l'<i>inbound</i> par rapport à l'<i>outbound</i></li> <li>- Place des emails dans une démarche de marketing digital</li> <li>- Prérequis (connaître sa cible, avoir du contenu, utiliser un outil adapté...)</li> <li>- Les règles du RGPD autour des emails de prospection (France et international)</li> <li>- L'enjeu de la délivrabilité</li> </ul>	<p><b>1 séance de 1h</b></p>
<p><b>Module 2 : Définition du cadre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir des objectifs, des KPI et les <i>call-to-action</i></li> <li>- Préparer un planning et un rétroplanning</li> <li>- Prévoir des scénarii de relance et d'enrichissement automatique de la CRM (le cas échéant)</li> <li>- Constituer / mettre à jour sa base de données*</li> <li>- Choisir un outil et/ou un prestataire (sauf si déjà fait)</li> </ul> <p>*Si nécessaire, une partie de la formation <b>Définir sa cible et constituer des bases de données prospects ou clients</b> peut être intégrée à ce programme.</p>	<p><b>1 séance de 2h</b></p>
<p><b>Module 3 : Comment préparer sa base de données emails ?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualifier sa base et cibler*</li> <li>- Nettoyer sa base (doublons)</li> <li>- Gérer la liste noire et les NPAI</li> <li>- Eviter d'être identifié comme spammeur</li> </ul> <p>*Si nécessaire, une partie de la formation <b>Définir sa cible et constituer des bases de données prospects ou clients</b> peut être intégrée à ce programme.</p>	<p><b>1 séance de 1h</b></p>
<p><b>Module 4 : Concevoir un modèle d'emailing efficace</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'expéditeur, l'objet, le <i>preheader</i></li> <li>- Le contenu de l'email (blocs, CTA, page d'atterrissage, images, vidéos...)</li> <li>- Les obligations RGPD (désabonnement, mention)</li> </ul>	<p><b>1 séance de 1h30</b></p>

### Module 5 : Programmer une campagne d'emails puis suivre les résultats

- Définir un créneau d'envoi optimal
- Faire de l'A/B testing
- Lancer et suivre la performance de la campagne (taux d'ouverture, de clic, conversions, désabonnements, ...)
- Comprendre les indicateurs de suivi et savoir comment les optimiser
- Suivre le comportement des destinataires
- En déduire les ajustements nécessaires pour les campagnes suivantes

**1 séance de 2h**

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

### METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

#### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

Attention : pour la mise en pratique **à partir du module 3**, il devient nécessaire de souscrire à un abonnement auprès d'un prestataire d'emails. Les coûts et éléments comparatifs sont détaillés en amont afin d'aider au choix. La mise en pratique ne peut avoir lieu sans cela.

#### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

#### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

### PREREQUIS

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

### A PREVOIR POUR LA FORMATION

#### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

#### Solution pour l'envoi d'emails :

Selon le choix opéré, la souscription d'un abonnement auprès d'un prestataire d'envoi d'emails est nécessaire.

## PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

### Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

### Evaluation à la sortie :

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

### Evaluation à froid :

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

## DUREE

- 5 séances à répartir sur 2 mois, soit **un total de 7h30**
- Compter environ 15h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

## CALENDRIER DE MISE EN PLACE

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

## PRIX

Nombre de participants	Prix par groupe
1 personne	2.000€ HT
2-3 personnes	2.600€ HT
4-5 personnes	3.000€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Améliorer ses positions dans les résultats de recherche sur Google (SEO)

### DESCRIPTION

Être présent sur Google ne suffit pas : pour être trouvé, **il faut être positionné parmi les meilleurs résultats de recherche** et devancer ses concurrents. Cela est possible si l'on dispose d'une stratégie d'optimisation du référencement naturel (SEO), déclinée en des actions concrètes, régulières, méthodiques et jouant sur plusieurs paramètres (infrastructure du site web, design, présence et organisation des contenus, etc.). Il est important de maîtriser les tenants et aboutissants des actions possibles en matière de SEO, tout en s'adaptant aux recommandations changeantes de Google. Cette formation vous permet de définir et lancer votre stratégie SEO et d'en suivre les performances.

### OBJECTIFS

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Elaborer une stratégie de SEO adaptable
- Identifier les mots clés les plus efficaces
- Utiliser les outils qui mesurent les statistiques clés

### PUBLIC

- Responsables et équipes marketing
- Responsables et équipes communication
- Rédacteurs web

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Mettre en place la base d'une optimisation SEO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le principe de l'indexation et les critères du SEO (le ranking)</li> <li>- Les étapes clés d'un référencement (dont audit de la concurrence)</li> <li>- Définir une stratégie SEO, déterminer des objectifs (trafic, développement de CA, ...)</li> </ul>	<b>1 séance de 2h30</b>
<b>Module 2 : Intervenir sur son site pour perfectionner son SEO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Audit technique de site : « crawler »</li> <li>- Les leviers de référencement (infrastructure, design, sémantique, organisation des contenus (balisage), maillage interne, partage (réseaux sociaux) et promotion, liens entrants, ...)</li> <li>- L'expérience utilisateur (maillage, site responsive, ...)</li> <li>- Les erreurs à éviter (<i>duplicate content</i>, lien en <i>dofollow</i>, achat de backlinks, ...)</li> </ul>	<b>1 séance de 2h30</b>
<b>Module 3 : Maximiser son SEO avec du contenu qualitatif</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire une étude de mots-clés et choisir les bons mots-clés</li> <li>- Produire et valoriser du contenu pour le SEO (texte, visuels, ...)</li> <li>- Intégration d'applications tierces (vidéos YouTube...)</li> <li>- Affichage dans la page des résultats de recherche (SERP)</li> </ul>	<b>1 séance de 2h30</b>
<b>Module 4 : Suivre les performances de son SEO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exploiter les différents outils (SemRush, Google Search Console, Yoast, ...)</li> <li>- Mesurer et adapter (suivre ses statistiques, positions et objectifs)</li> <li>- Suivre les changements des règles de Google (dans la documentation Google et sur les sites d'information) et s'y adapter</li> </ul>	<b>1 séance de 2h30</b>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** = apprendre et faire en même temps. La plupart des sessions repose sur des **échanges de bonnes pratiques** et incluent par ailleurs des **présentations et démonstrations** en ligne réalisées par le formateur sur les outils cités (Google Analytics, Google Search Console, Semrush). Des **exercices** sont également proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Ils sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

## PREREQUIS

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation, mais **une connaissance du html est souhaitable**. Un QCM est proposé à chaque stagiaire en amont de la formation, afin d'évaluer ses connaissances sur le sujet.

## A PREVOIR POUR LA FORMATION

### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

### Accès au site web de l'entreprise :

Pour suivre cette formation, il est recommandé d'**avoir la main sur son site web** (au moins en édition, au mieux en administration).

## PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

### Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **QCM de connaissances autour du html** (cf. Prérequis), complété par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur autour du SEO.

L'évaluation à l'entrée (hors prérequis) ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

**Evaluation à la sortie :**

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **QCM composé d'une dizaine de questions**, envoyé à chaque stagiaire après la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

**Evaluation à froid :**

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

**DUREE**

- 4 séances de 2h30 à répartir sur 6 semaines, soit **un total de 10h**.
- Compter entre 15 et 20h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

**CALENDRIER DE MISE EN PLACE**

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

**PRIX**

Nombre de participants	Prix par groupe
1 personne	2.700€ HT
2-3 personnes	3.150€ HT
4-5 personnes	4.000€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence*

## Automatiser le marketing pour améliorer l'expérience client

### DESCRIPTION

L'automatisation du marketing (*marketing automation*) permet de **s'adresser ou de répondre à des cibles de façon personnalisée, instantanée et automatisée**, en tenant compte de leurs réactions à nos messages et actions. C'est une bonne façon de satisfaire l'attente actuelle des prospects et clients qui souhaitent des réponses immédiates à leurs besoins. C'est aussi un moyen de minimiser le coût d'acquisition client en augmentant le taux de conversion. Automatiser le marketing nécessite d'avoir formalisé le cheminement d'achat d'un prospect/client depuis le besoin jusqu'à la fidélisation, de mettre en place différents scénarii de réponses tout au long de ces parcours d'achat, et de déterminer le traitement marketing et/ou commercial des différents signaux retournés par des contacts à potentiel. Cette formation vous aide à construire vos scénarii de *marketing automation* et à avoir toutes les clés pour le piloter efficacement.

### OBJECTIFS

- Comprendre les attentes de ses clients potentiels
- Identifier les étapes de conversion
- Cartographier les parcours clients et les enrichir avec les données clients
- Scénariser des campagnes marketing (workflows)
- Mettre en œuvre des règles de scoring et perfectionner sa démarche
- Assurer la bonne reprise des actions automatiques par les équipes commerciales et marketing

### PUBLIC

Responsables et équipes marketing.

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<p><b>Module 1 : Les informations et données de base à l'automatisation du marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le fichier prospects et clients*</li> <li>- Enumérer les points de contact avec ses cibles (physiques et numériques)</li> <li>- Cibler les contacts selon leurs intérêts et leur phase d'achat</li> <li>- Construire une audience qualifiée (segmentation)</li> <li>- Recenser / créer des contenus et messages</li> </ul> <p><i>*Si besoin, voir notre formation <b>Définir sa cible et constituer des bases de données prospects ou clients.</b></i></p>	<p><b>2 séances de 1h30</b></p>
<p><b>Module 2 : Mettre en place une stratégie de génération de leads</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluer les leviers Marketing et Web Marketing (<i>inbound, outbound</i>)</li> <li>- Créer des opportunités commerciales grâce aux techniques du marketing digital (<i>call to action, landing page, ...</i>)</li> <li>- Créer des tunnels de vente performants</li> <li>- Déterminer ce qui peut être automatisé ou pas</li> <li>- Intégrer les automatisations à sa stratégie</li> </ul>	<p><b>2 séances de 1h30</b></p>
<p><b>Module 3 : Piloter l'automatisation du marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lister les actions et les déclencheurs</li> <li>- Envoyer le bon contenu au bon moment à bon escient</li> <li>- Préparer des scénarii marketing et les workflows correspondants (les mettre en œuvre sur l'outil si existant)</li> <li>- Réfléchir au « scoring » des interactions (qualifier le taux d'engagement)</li> <li>- Automatiser les tâches (qui peuvent l'être) pour une campagne</li> <li>- Faire de l'A/B testing</li> <li>- Gérer la pression marketing mise en œuvre (risque de saturation et de rejet par le prospect)</li> </ul>	<p><b>2 séances de 1h30</b></p>

- Analyser les retombées et leur traitement commercial	
<b>Module 4 : Le choix d'un outil de <i>marketing automation</i> (et le lien avec la CRM)</b>	
- Liste des fonctionnalités nécessaires en fonction des canaux utilisés (emailings, réseaux sociaux, site web, ...)	<b>1 séance de 1h30</b>
- Observer les données analytiques que retourne l'outil	

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

## PREREQUIS

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

## A PREVOIR POUR LA FORMATION

### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

### CRM ou équivalent :

Pour cette formation il est nécessaire de disposer d'une CRM ou d'un outil permettant de réaliser le marketing automation, ou de s'en équiper.

## PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

### Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

#### **Evaluation à la sortie :**

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

#### **Evaluation à froid :**

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

#### **DUREE**

- 7 séances de 1h30 à répartir sur 2 mois, soit **un total de 10h30**.
- Compter environ 20h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

#### **CALENDRIER DE MISE EN PLACE**

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

#### **PRIX**

<b>Nombre de participants</b>	<b>Prix par groupe</b>
1 personne	2.800€ HT
2-3 personnes	3.700€ HT
4-5 personnes	4.200€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Maîtriser la suite Analytique de Google®

### DESCRIPTION

Les outils analytiques, notamment la suite Analytique de Google®, permettent au service marketing de **mesurer les performances des actions numériques**. Les évolutions récentes du fonctionnement de Google Tag Manager® et de Google Analytics® donnent toute autonomie aux équipes internes n'ayant pas de compétences de webmaster ou webdeveloper. Il est aujourd'hui possible de placer de façon simplifiée des balises de suivi des actions réalisées sur le site web sans entrer dans le code du site, de **paramétrer facilement GA4®** pour évaluer la qualité des cibles et faire évoluer les pratiques numériques en conséquence ou même de **créer des tableaux de bord automatiques** afin de réduire le temps passé en création de reporting.

### OBJECTIFS

- Etre en mesure de créer des éléments de conversion, même complexes
- Maîtriser GA4®, l'évolution de Google Universal Analytics®, et notamment personnaliser les rapports pour mener une analyse des données d'utilisateurs web autour des communications de la marque et des éléments de conversion
- Monter un rapport Google Data Studio® qui collectera automatiquement les données utiles depuis plusieurs sources

### PUBLIC

- Directions générales
- Directions marketing
- Responsables et équipes marketing

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Introduction à Google Analytics®</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ouverture et paramétrage du compte Google Analytics®</li> <li>- Etre en mesure d'utiliser GA4® pour monitorer les performances des actions de marketing numérique (notamment maîtriser le lexique)</li> <li>- Lister les sources de trafic et les indicateurs indispensables à suivre dans le cadre de vos enjeux</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<b>Module 2 : Maîtriser la création de balises dans Google Tag Manager®</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir quand recourir à Google Tag Manager®</li> <li>- Maîtriser l'outil de pre-view et la logique de construction des éléments de conversion dans le site</li> <li>- Comprendre la logique de construction des balises</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 3 : Créer les éléments de conversion</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtriser le suivi des conversions proposé par GA4®</li> <li>- Etre en mesure de créer, modifier ou supprimer les éléments de conversion dans GA4 et dans Google Tag Manager®</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 4 : Préparer les éléments du reporting marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtriser les rapports GA4 et leur personnalisation (ainsi que leurs limites)</li> <li>- Présentation de l'outil Google Data Studio®, son potentiel et ses limites</li> <li>- Formaliser les éléments de rapport à suivre dans le cadre de vos enjeux marketing</li> </ul>	<b>1 séance de 2h</b>
<b>Module 5 : Création du rapport marketing dans Data Studio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir paramétrer les sources de données dans Google Data Studio®</li> <li>- Créer un reporting automatique</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

Attention : pour la mise en pratique de l'intégralité des modules, il sera nécessaire d'ouvrir les comptes Google Tag Manager®, Google Analytics®, Google Data Studio® et un Google Drive® et que l'un au moins des stagiaires ait un accès administrateur.

### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

## PREREQUIS

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

## A PREVOIR POUR LA FORMATION

### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

### Comptes et abonnements :

Pour la mise en pratique de l'intégralité des modules, il sera nécessaire d'ouvrir les comptes Google Tag Manager®, Google Analytics®, Google Data Studio® et un Google Drive® et que l'un au moins des stagiaires ait un accès administrateur. Si les comptes ne sont pas ouverts et paramétrés en amont de la formation, cela peut être réalisé pendant la formation.

## PROCEDURES D'ÉVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

### Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires et les attentes vis-à-vis de la formation afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

### Evaluation à la sortie :

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires en fin de formation, et l'atteinte des objectifs. Elle se fait par un **entretien rapide (30 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

### Evaluation à froid :

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation, sous forme d'une réunion d'environ 30 minutes.

## DUREE

- 5 séances à répartir sur 2 mois, soit **un total de 9h**.
- Compter 30 à 40h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

## CALENDRIER DE MISE EN PLACE

Cette formation sera **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

## PRIX

4.200€ HT par personne ou par groupe.

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## RESEAUX SOCIAUX

## Maîtriser la publicité sur le web et les réseaux sociaux (SEA, display, social ads)

### DESCRIPTION

Recourir à la publicité sur le web et/ou les réseaux sociaux peut être **un moyen très efficace de gagner en visibilité et d'attirer de nouveaux prospects**, d'autant que ce type de publicité permet d'adresser distinctement plusieurs segments de cible et de façon personnalisée. Les formats, coûts, modalités diffèrent fortement selon les supports : il est essentiel de connaître toutes les possibilités existantes, afin de faire le meilleur choix possible. Cette formation vous propose un panorama des formats de publicité web et réseaux sociaux, puis vous aide à construire, créer et suivre vos campagnes sur les supports choisis.

Remarque : cette formation n'a pas pour objectif d'apprendre à utiliser les réseaux sociaux, mais seulement d'en aborder l'aspect publicité. Une connaissance des réseaux envisagés est donc indispensable en amont (une utilisation basique à titre personnel suffit). Si besoin, voir **nos différentes formations sur l'usage de LinkedIn**.

### OBJECTIFS

- Connaître les différents modes de publicité digitale et leurs caractéristiques (fonctionnement, formats, plateformes, coûts...)
- Être en mesure de préparer, lancer et suivre une campagne publicitaire sur le web et/ou les réseaux sociaux

### PUBLIC

- Directions marketing
- Directions commerciales
- Responsables et équipes marketing
- Responsables et équipes communication.

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Présentation et principe de la publicité digitale</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qu'est-ce que la publicité digitale ? Les différents modes de publicité sur le web et les réseaux sociaux.</li> <li>- Pourquoi recourir à la publicité digitale ?</li> <li>- Les avantages de la publicité digitale</li> <li>- Le fonctionnement général des publicités digitales</li> <li>- Les limites</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<b>Module 2 : Utiliser Google ads pour le SEA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de l'outil</li> <li>- Création d'un compte et connexion avec les outils internes</li> <li>- Les spécificités de ce canal de publicité</li> <li>- Gérer son budget</li> <li>- Les éléments nécessaires pour la mise en œuvre</li> <li>- Accompagnement à la mise en œuvre d'une campagne</li> <li>- Suivi des performances et adaptation</li> </ul>	<b>3 séances de 1h30</b>
<b>Module 3 : Utiliser Google ads pour le display</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation et panorama du display</li> <li>- Création d'un compte et connexion avec les outils internes</li> <li>- Les spécificités de ce canal de publicité</li> <li>- Gérer son budget</li> <li>- Les éléments nécessaires pour la mise en œuvre</li> <li>- Accompagnement à la mise en œuvre d'une campagne</li> <li>- Suivi des performances et adaptation</li> </ul>	<b>3 séances de 1h30</b>

<p><b>Module 4 : Créer des campagnes Shopping sur Google Ads</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de Google Shopping</li> <li>- Création d'un compte et connexion avec les outils internes</li> <li>- Les spécificités de ce canal de publicité</li> <li>- Gérer son budget</li> <li>- Les éléments nécessaires pour la mise en œuvre</li> <li>- Accompagnement à la mise en œuvre d'une campagne</li> <li>- Suivi des performances et adaptation</li> </ul>	<p><b>3 séances de 1h30</b></p>
<p><b>Module 5 : Créer des campagnes vidéo sur Google Ads / YouTube</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation</li> <li>- Création d'un compte et connexion avec les outils internes (si nécessaire)</li> <li>- Les spécificités de ce canal de publicité</li> <li>- Gérer son budget</li> <li>- Les éléments nécessaires pour la mise en œuvre</li> <li>- Accompagnement à la mise en œuvre d'une campagne</li> <li>- Suivi des performances et adaptation</li> </ul>	<p><b>3 séances de 1h30</b></p>
<p><b>Module 6 : Faire de la publicité sur les réseaux sociaux / utiliser les social ads</b></p> <p><i>Ce module est utile si vous ne savez pas encore sur quel(s) réseau(x) agir ou si vous souhaitez un panorama général des social ads. Si votre choix est déjà fait, vous pouvez vous reporter directement aux modules 7 et/ou 8.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation rapide des réseaux sociaux : LinkedIn, Facebook / Instagram</li> <li>- Fonctionnement des publicités et mécanismes de coût</li> <li>- Les prérequis nécessaires avant de lancer une campagne</li> <li>- Mode d'emploi général des publicités sur les réseaux sociaux</li> </ul>	<p><b>1 séance de 1h30</b></p>
<p><b>Module 7 : Faire de la publicité sur LinkedIn*</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de LinkedIn</li> <li>- Prérequis pour faire de la publicité</li> <li>- Types de publicité et de supports disponibles</li> <li>- Eléments à définir/collecter pour créer des publicités</li> <li>- Choix et préparation d'une ou plusieurs publicités</li> <li>- Lancement, suivi et optimisation</li> </ul> <p><i>*Pour un cours plus complet, voir notre formation <b>Renforcer son influence et sa visibilité sur LinkedIn</b>.</i></p>	<p><b>3 séances de 1h30</b></p>
<p><b>Module 8 : Faire de la publicité sur Facebook/Instagram</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de Facebook/Instagram</li> <li>- Prérequis pour faire de la publicité</li> <li>- Types de publicité et de supports disponibles</li> <li>- Eléments à définir/collecter pour créer des publicités</li> <li>- Choix et préparation d'une ou plusieurs publicités</li> <li>- Lancement, suivi et optimisation</li> </ul>	<p><b>3 séances de 1h30</b></p>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

## METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

Attention : pour la mise en pratique (**partie 2 et suivantes**), il devient nécessaire d'avoir un compte sur les outils utilisés et de prévoir un budget de dépenses. Les éléments nécessaires au choix sont détaillés en amont. La mise en pratique ne peut avoir lieu sans cela.

#### **Moyens techniques :**

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

#### **Formateur :**

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

#### **PREREQUIS**

Une **connaissance basique des réseaux sociaux** (LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube...) est requise pour cette formation. Un QCM est proposé à chaque stagiaire en amont de la formation, afin de vérifier ce point.

#### **A PREVOIR POUR LA FORMATION**

##### **Matériel informatique et connexion Internet :**

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

##### **Comptes réseaux sociaux :**

Pour les modules consacrés aux réseaux sociaux :

- Disposer d'un compte sur le ou les réseaux sociaux est nécessaire
- L'entreprise doit avoir une page entreprise et l'une des personnes stagiaires doit être administratrice de cette page, ou y avoir accès et être autorisée à y mener des actions
- Pour la création de publicités sur Instagram, il faut avoir un compte entreprise sur Instagram et une page entreprise Facebook

Pour des actions de publicité sur YouTube, il est nécessaire d'avoir une chaîne YouTube et un compte Google Ads (qui pourra être créé en formation).

#### **PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE**

##### **Evaluation à l'entrée :**

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée (hors prérequis) ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

##### **Evaluation à la sortie :**

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

#### **Evaluation à froid :**

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

#### **DUREE**

- 4 séances de 1h30 à répartir sur 2 mois, soit **un total de 6h** (cette durée correspond au programme de base : module introductif + un module pratique)
- Compter environ 15h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

#### **CALENDRIER DE MISE EN PLACE**

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

#### **PRIX**

##### **Prix pour la version de base en 6h :**

<b>Nombre de participants</b>	<b>Prix par groupe</b>
1 personne	1.600€ HT
2-3 personnes	2.100€ HT
4-5 personnes	2.400€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Développer ses relations commerciales et prospecter avec LinkedIn

### DESCRIPTION

LinkedIn est devenu **un outil incontournable pour les fonctions commerciales dans le B2B** : il permet de se mettre en avant en tant que professionnel, de communiquer autour de l'entreprise, de développer un réseau de relations, s'informer sur ses prospects et clients, entrer en contact directement avec les personnes qui nous intéressent... Les fonctionnalités gratuites ou payantes de LinkedIn sont conçues pour faciliter l'identification, la prospection, les interactions et la prise de contact entre professionnels. Cette formation aide vos équipes commerciales à construire ou à renforcer leur présence, leur réseau et leur activité commerciale sur LinkedIn.

### OBJECTIFS

- Optimiser son profil LinkedIn
- Savoir rechercher des contacts et développer son réseau
- Mettre en place une routine d'information
- Publier en respectant les règles de publication
- Savoir interagir et prendre contact
- Définir des objectifs journaliers ou hebdomadaires de mise en pratique

### PUBLIC

- Directions commerciales
- Responsables et équipes commerciaux
- Autres fonctions (marketing, avant-vente, opérations, technique, etc.)

### PROGRAMME

Le programme de cette formation est décliné en 2 niveaux :

- Niveau débutant / intermédiaire
- Niveau avancé

#### Programme standard débutant/intermédiaire :

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Introduction, optimiser son profil LinkedIn</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de LinkedIn</li> <li>- Introduction au social selling</li> <li>- Optimiser son profil LinkedIn</li> <li>- Effectuer les réglages et paramétrages essentiels</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<b>Module 2 : Développer son réseau sur LinkedIn (version gratuite)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les règles à suivre pour développer son réseau sur LinkedIn</li> <li>- Développer son réseau sur LinkedIn (méthode)</li> <li>- Prendre contact sur LinkedIn</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<b>Module 3 : S'informer, publier et partager sur LinkedIn</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Suivre des pages, des personnes, des hashtags</li> <li>- Rechercher des publications sur LinkedIn</li> <li>- Publier, partager, suivre ses posts (techniques et bonnes pratiques)</li> <li>- Suivre les réactions autour de ses publications</li> </ul>	<b>1 séance de 1h30</b>
<b>Module 4 : Interagir sur LinkedIn</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Où et comment interagir ? Que faut-il aimer/commenter et partager ?</li> <li>- Traiter les commentaires sur les réseaux sociaux</li> <li>- Participer à des groupes</li> </ul> <p><i>Ce module peut être l'occasion de revoir ou approfondir certains points vus précédemment, au choix du stagiaire.</i></p>	<b>1 séance de 1h30</b>

### Programme standard avancé :

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Introduction, optimiser son profil LinkedIn</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de LinkedIn</li> <li>- Introduction au social selling</li> <li>- Optimiser son profil LinkedIn</li> <li>- Effectuer les réglages et paramétrages essentiels</li> </ul>	<b>1 séance de 1h</b>
<b>Module 2 : Développer son réseau sur LinkedIn (version payante)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les règles à suivre pour développer son réseau sur LinkedIn</li> <li>- Développer son réseau sur LinkedIn Basic (méthode)</li> <li>- Utiliser Sales Navigator* pour rechercher et suivre des contacts</li> <li>- Prendre contact sur LinkedIn (messagerie Basic et InMails*)</li> </ul> <p><i>*Sales Navigator et ses fonctionnalités peuvent être présentés à titre d'information et/ou faire l'objet d'une acquisition de licence(s) de la part de l'entreprise.</i></p>	<b>1 séance de 1h</b>
<b>Module 3 : S'informer, publier et partager sur LinkedIn</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Suivre des pages, des personnes, des hashtags</li> <li>- Rechercher des publications sur LinkedIn</li> <li>- Publier, partager, suivre ses posts (techniques et bonnes pratiques)</li> <li>- Comment optimiser ses posts vis-à-vis de l'algorithme LinkedIn ?</li> <li>- Suivre les réactions autour de ses publications</li> </ul>	<b>1 séance de 1h</b>
<b>Module 4 : Interagir sur LinkedIn</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Où et comment interagir ? Que faut-il aimer/commenter et partager ?</li> <li>- Traiter les commentaires sur les réseaux sociaux</li> <li>- Participer à des groupes</li> <li>- Créer des stories dans l'application LinkedIn</li> </ul> <p><i>Ce module peut être l'occasion de revoir ou approfondir certains points vus précédemment, au choix du stagiaire.</i></p>	<b>1 séance de 1h</b>

Chaque programme peut être modifié. Si un programme est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

### METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

#### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La plupart des sessions incluent par ailleurs des démonstrations en ligne, directement sur LinkedIn. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre : il s'agit le plus souvent d'actions individuelles à réaliser sur son compte LinkedIn (compléter ou améliorer son profil, envoyer des demandes de connexion, réaliser un post etc.). Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

**Moyens techniques :**

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

**Formateur :**

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

**PREREQUIS**

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

**A PREVOIR POUR LA FORMATION****Matériel informatique et connexion Internet :**

Cette formation est réalisée entièrement à distance et chaque stagiaire doit pouvoir accéder à son compte LinkedIn pendant la formation. Il est donc recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

**Compte LinkedIn :**

Il n'est pas nécessaire de disposer déjà d'un compte LinkedIn pour suivre la formation. Si un stagiaire ne dispose pas de compte LinkedIn, celui-ci peut être créé avec l'aide du formateur au début de la formation.

Selon les objectifs et le programme retenu, il peut être nécessaire d'acquérir des licences Sales Navigator (licences payantes). Cette option n'est recommandable que pour les stagiaires de niveau avancé. La décision est prise en amont de la formation. Vascoo UP communique dans tous les cas les informations utiles à connaître, dont les tarifs en vigueur. En revanche, l'acquisition de licences se fait directement par le client auprès de LinkedIn.

**PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE****Evaluation à l'entrée :**

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par :

- Un **QCM** à remplir par chaque stagiaire
- L'**analyse** des profils LinkedIn par le formateur (pour les stagiaires ayant déjà un compte).

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

**Evaluation à la sortie :**

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par :

- Un **QCM** à remplir par chaque stagiaire
- L'**analyse**, par le formateur, des profils LinkedIn des stagiaires et des actions qu'ils ont réalisées durant la formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

**Evaluation à froid :**

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

## DUREE

- Programme débutant/intermédiaire : 4 séances de 1h30 à répartir sur 2 mois, soit **un total de 6h**.
- Programme avancé : 4 séances de 1h à répartir sur 1,5 mois, soit **un total de 4h**.
- Compter environ 10 à 15h de travail **par stagiaire** en dehors des sessions

## CALENDRIER DE MISE EN PLACE

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

## PRIX

Nombre de participants	Prix par groupe Niv. débutant-inter	Prix par groupe Niv. avancé
1 personne	1.600€ HT	1.100€ HT
2-3 personnes	2.100€ HT	1.400€ HT
4-5 personnes	2.400€ HT	1.600€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## Renforcer son influence et sa visibilité sur LinkedIn

### DESCRIPTION

LinkedIn n'est pas seulement un outil commercial ou de recrutement. **Il est également incontournable pour les services marketing** : d'abord, parce qu'il recèle un très grand nombre d'informations sur les cibles, qu'il s'agisse de sociétés et ou de personnes, en France comme à l'international. C'est ensuite une plateforme de communication indispensable, un moyen d'engager le contact avec des prospects ou des clients autour de publications et/ou de publicités, de créer une communauté ; c'est enfin une base de données de plusieurs millions de personnes que l'on peut cibler très finement pour adresser des communications personnalisées. Cette formation vous présente les différentes fonctionnalités de LinkedIn qui peuvent aider votre entreprise à renforcer son influence et sa visibilité. Quel que soit votre choix, nous vous fournissons toutes les informations nécessaires et vous accompagnons dans la mise en place des actions.

### OBJECTIFS

- Connaître les différentes fonctionnalités existantes sur LinkedIn en matière de marketing et de communication
- Choisir et mettre en place des actions pertinentes et efficaces

### PUBLIC

- Directions générales
- Directions marketing
- Responsables et équipes marketing

### PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<b>Module 1 : Créer sa page entreprise LinkedIn et la promouvoir</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer sa page entreprise LinkedIn</li> <li>- Administrer la page entreprise (règles d'administration)</li> <li>- Promouvoir la page entreprise</li> </ul>	<b>1 séance de 1h</b>
<b>Module 2 : Créer une page vitrine et/ou une page produit pour promouvoir l'activité de l'entreprise</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Créer sa page vitrine : une page vitrine est une page affiliée à la page entreprise, pour promouvoir une activité ou une branche de l'entreprise.</li> <li>- Créer une page produit (<b>disponible uniquement pour des produits logiciels B2B</b>) : une page produit met en avant un produit de l'entreprise.</li> </ul>	<b>1 séance de 1h</b>
<b>Module 3 : Animer sa page entreprise LinkedIn</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etablir un plan éditorial</li> <li>- Créer un post sur la page entreprise LinkedIn (règles d'optimisation)</li> <li>- Créer un évènement</li> <li>- Créer des stories (nécessite l'appli LinkedIn)</li> <li>- Suivre les statistiques et l'engagement autour de la page (visites, interactions)</li> <li>- Gérer et répondre aux interactions autour des publications</li> </ul>	<b>2 séances de 1h</b>
<b>Module 4 : Créer des actions sponsorisées pour donner de la visibilité à son entreprise et ses produits/services</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Booster une publication</li> <li>- Lancer une campagne sponsorisée : <ul style="list-style-type: none"> <li>o Définir le thème de la campagne et un objectif</li> <li>o Choisir un type de publicité et de support</li> <li>o Créer, lancer, suivre et optimiser sa campagne sur Campaign Manager</li> </ul> </li> <li>- Planifier du <i>retargeting</i> (reciblage d'une audience ayant déjà interagi)</li> </ul>	<b>3 séances de 1h</b>

### Module 5 : Animer une communauté sur LinkedIn

- Gérer et répondre aux interactions autour des publications
- Créer et animer un groupe
- Organiser un LinkedIn Live

**1 séance de 1h**

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

### METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

#### Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

Attention : un budget est à prévoir pour les actions prévues **dans le module 4**. La mise en pratique ne peut avoir lieu sans cela.

#### Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

#### Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

### PREREQUIS

Une **connaissance basique de LinkedIn** (version gratuite) est requise pour cette formation. Un QCM est proposé à chaque stagiaire en amont de la formation, afin de vérifier ce point.

### A PREVOIR POUR LA FORMATION

#### Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance et chaque stagiaire doit pouvoir accéder à son compte LinkedIn pendant la formation. Il est donc recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

#### Comptes et page LinkedIn :

- Chaque stagiaire doit disposer de son propre compte LinkedIn.
- Pour les modules 2 à 5, l'existence d'une **page entreprise LinkedIn** est indispensable.

#### Budget :

Pour le module 4, prévoir un **budget** lié aux campagnes sponsorisées.

## PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

### Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Cette évaluation se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur.

L'évaluation à l'entrée (hors prérequis) ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

### Evaluation à la sortie :

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Elle se fait par un **entretien rapide (15 minutes environ)** avec le formateur. Elle est planifiée avec chaque stagiaire à l'issue de la dernière session de formation.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

### Evaluation à froid :

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

## DUREE

- 8 séances de 1h à répartir sur 2 mois, soit **un total de 8h**.
- Compter environ 20h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

## CALENDRIER DE MISE EN PLACE

Cette formation est **ouverte toute l'année**.

Le délai de mise en place est **d'environ un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs et de la réponse de votre OPCO pour une éventuelle prise en charge.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

## PRIX

Nombre de participants	Prix par groupe
1 personne	2.600€ HT
2-3 personnes	3.050€ HT
4-5 personnes	3.600€ HT

*Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.*

## DUREES ET PRIX DES FORMATIONS

## Durées et prix des formations

Formation		Durée	Nb pers.	Prix / groupe
Organisation et projets numériques	Préparer, formaliser et exploiter un plan marketing numérique	12h	1 pers.	3.250€ HT
			2-3 pers.	4.200€ HT
			4-5 pers.	4.800€ HT
	Analyser les pratiques numériques de ses concurrents et s'en inspirer	8h	1 pers.	2.600€ HT
			2-3 pers.	3.050€ HT
			4-5 pers.	3.600€ HT
	Adapter l'expérience client à l'évolution des comportements numériques	16h	1 pers.	4.300€ HT
			2-3 pers.	5.600€ HT
			4-5 pers.	6.400€ HT
	Réussir un projet CRM en respectant les délais et les budgets	16h	1 pers.	4.300€ HT
			2-3 pers.	5.600€ HT
			4-5 pers.	6.400€ HT
	Rédiger les spécifications fonctionnelles d'un site de e-commerce	8h	1 pers.	2.600€ HT
			2-3 pers.	3.050€ HT
4-5 pers.			3.600€ HT	
Choisir et se lancer sur une ou plusieurs places de marché ( <i>marketplaces</i> )	10h	1 pers.	2.700€ HT	
		2-3 pers.	3.150€ HT	
		4-5 pers.	4.000€ HT	
Intégrer la conduite du changement dans son projet	10h30	1 pers.	2.800€ HT	
		2-3 pers.	3.700€ HT	
		4-5 pers.	4.200€ HT	
Outils et actions numériques	Définir sa cible et constituer des bases de données prospects ou clients	10h	1 pers.	2.700€ HT
			2-3 pers.	3.150€ HT
			4-5 pers.	4.000€ HT
	Concevoir une campagne d'emails et suivre ses performances	7h30	1 pers.	2.000€ HT
			2-3 pers.	2.600€ HT
			4-5 pers.	3.000€ HT
	Améliorer ses positions dans les résultats de recherche sur Google (SEO)	10h	1 pers.	2.700€ HT
			2-3 pers.	3.150€ HT
			4-5 pers.	4.000€ HT
	Automatiser le marketing pour améliorer l'expérience client	10h30	1 pers.	2.800€ HT
2-3 pers.			3.700€ HT	
4-5 pers.			4.200€ HT	
Maîtriser la suite Analytique de Google®	9h	-	4.200€ HT	

Réseaux sociaux	Maîtriser la publicité sur le web et les réseaux sociaux (SEA, display, social ads)	6h	1 pers.	1.600€ HT
			2-3 pers.	2.100€ HT
			4-5 pers.	2.400€ HT
	Développer ses relations commerciales et prospecter sur LinkedIn	6h	1 pers. D/I	1.600€ HT
			2-3 pers. D/I	2.100€ HT
			4-5 pers. D/I	2.400€ HT
		4h	1 pers. A	1.100€ HT
			2-3 pers. A	1.400€ HT
			4-5 pers. A	1.600€ HT
	Renforcer son influence et sa visibilité sur LinkedIn	8h	1 pers.	2.600€ HT
			2-3 pers.	3.050€ HT
			4-5 pers.	3.600€ HT

D/I : débutant / intermédiaire ; A : avancé

Pour plus d'informations sur la tarification et les modalités de paiement, veuillez consulter nos **Conditions Générales de Vente (CGV)** : <https://site.vascoo-up.com/conditions-generales-de-vente/>.