

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

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.

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>

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap (PSH). Retrouvez toutes les informations nécessaires sur notre page dédiée : <https://site.vascoo-up.com/nos-formations-professionnelles/accueil-des-personnes-en-situation-de-handicap/>