

Référence	AssWebmarketing – Mise à jour 2/2021
Durée	Sur mesure
Pédagogie	<ul style="list-style-type: none"> – Pédagogie basée sur des projets à réaliser – Mises en situation concrètes – Utilisation de supports numériques et vidéoprojetés – Co-réalisation de TP par le formateur et les apprenants
Public Visé	Tout public
Animateur / Formateur	Aurélian BELLOU-BOUSSELAIRE Samuel RENAUD
Prérequis	<ul style="list-style-type: none"> – Utilisation de Microsoft Windows, MacOS ou Linux – Connaissances de base du vocabulaire Web
Lieu	Dans nos locaux
Formation éligible au CPF	203191

1 Objectifs / Finalités

- Elaborer les éléments techniques pour préparer une action marketing sur le web
- Réaliser une veille marketing – benchmark afin d’orienter les choix opérationnels en conformité avec l’éthique d’utilisation des outils Web
- Gérer les communautés et les réseaux sociaux
- Mettre à jour le site de la marque / entreprise et réaliser des modifications visuelles

2 Thématiques

Séquence 1 : Les langages d’affichage Web HTML/CSS

- Séparation sémantique / mise en forme
- Les balises utiles des langages HTML5 et CSS3
- Adaptation des pages et de la sémantique aux moteurs de recherche

- Validation du code
- Débuggage
- Bonnes pratiques

Séquence 2 : Adobe Photoshop

- Bases de l'imagerie numérique
- Colorimétrie
- L'interface de Adobe Photoshop
- Les calques
- Le détourage
- La sélection et le déplacement
- Les filtres
- La retouche photo

Séquence 3 : Adobe Illustrator

- L'interface de Adobe Illustrator
- Les images
- Les plans de travail
- Les styles d'objets
- La vectorisation
- Les formats de fichiers, l'exportation et l'impression

Séquence 4 : Les réseaux sociaux et la e-réputation

- Présentation des différents réseaux sociaux et analyse
- Utilisation des outils liés aux réseaux sociaux et de l'usage nomade.
- Positionnement des entreprises sur les réseaux sociaux
- Revue de détail et utilisation de Twitter, Facebook, LinkedIn...
- Utilisation de Google + dans le cadre professionnel, lien avec la page Google Entreprise et l'écosystème Google.
- Communication et publicité sur les réseaux sociaux
- Partage de média
- Contenus efficaces vs contenus inutiles
- Création des axes de communication sur les réseaux sociaux
- Mise en place d'outils de veille.

3 Evaluations

- Evaluation pratique et théorie à l'issue de chaque thématique avec reprise si nécessaire des points non acquis.
- Evaluation pratique sur projet à l'issue de la formation