

ACCOMPAGNEMENT NUMÉRIQUE



Un conseiller expert en numérique vous accompagne dans cette transformation digitale et vous apporte toutes les clés pour la réussir afin de maximiser votre présence en ligne, de gagner en performance et de développer vos compétences digitales.



EN INDIVIDUEL

LE COACHING NUMÉRIQUE

→ Un entretien individuel de diagnostic digital est inclus dans tous les formats.

Format type "one-shot"

1 session de coaching digital de 2h sur une thématique précise

Tarif : séance 2h

220 €_{HT}

Format courte-durée

3 sessions de coaching digital de 2h, réparties sur trois mois (paiement échelonné), sur une ou trois thématiques proposées

Tarif : séance 2h

220 €_{HT}

Format longue-durée **

6 sessions de coaching digital de 1h, réparties sur six mois, sur une ou plusieurs thématiques

Tarif séance 1h

110 €_{HT}



EN COLLECTIF

LES ATELIERS PRATIQUES

Workshop

Une session d'une demi-journée

36 €_{HT}

MasterClass

Une session d'une journée

70 €_{HT}

NOS CHAMPS D'INTERVENTIONS

Fiche de l'établissement (GMB)

- Création de la fiche d'établissement
- Apprendre comment publier
- Paramétrage des attributs
- Bien choisir ses catégories
- Gestion des avis

Page Facebook

- Création de la page Facebook (si elle n'existe pas déjà)
- Paramétrage des attributs
- Définir ses objectifs, ses cibles, son style et son ton
- Apprendre comment publier et quel type de publications utiliser pour se différencier
- Comment bien utiliser les tags et les hashtags
- Comment faire un story
- Comment créer un évènement sur Facebook
- Comment créer et / ou utiliser un groupe Facebook
- Analyse des performances sur Facebook
- Comment utiliser la publicité ciblée
- Gestion de son e-réputation
- Présentation de l'outil Meta et son outil de planification

Page Instagram

- Création du profil ou de la page Instagram
- Paramétrage des attributs
- Définir ses objectifs, ses cibles, son style et son ton
- Apprendre comment publier et quel type de publications utiliser pour se différencier
- Comment bien utiliser les tags et les hashtags
- Comment faire un story ou un réel
- Comment créer un jeu-concours sur Instagram
- Comment utiliser les influenceurs sur Instagram
- Analyse des performances sur Instagram
- Comment utiliser la publicité ciblée
- Gestion de son e-réputation
- Présentation de l'outil Meta et son outil de planification

Page LinkedIn

- Création du profil ou de la page LinkedIn
- Paramétrage des attributs et présentation fonctionnalités
- Définir ses objectifs, ses cibles, son style et son ton
- Apprendre comment publier et quel type de publications utiliser pour se différencier
- Comment bien utiliser les tags et les hashtags
- Comment utiliser les articles longs, les recommandations, les endossements, pour diversifier votre présence et augmenter votre visibilité.
- Comment réseauter sur LinkedIn
- Analyse des performances sur LinkedIn
- Comment utiliser la publicité ciblée
- Présentation de l'outil de planification

Emailing / newsletter

- Présentation des outils possible pour la conception et l'envoi des emailings et newsletters
- Définir les objectifs pour une campagne d'emailing efficace
- Comment segmenter sa liste de contacts
- Un contenu créatif et attractif : comment et pourquoi ?
- Personnalisation des emails
- Comment créer un design responsif
- Les bonnes pratiques de délivrabilité
- Tester et optimiser
- L'analyse des résultats (taux d'ouverture, taux de click, taux de conversion, etc) et le suivi

Canva

- Présentation de l'outil et ses fonctionnalités
- Quel type de visuels peut-on produire
- Comment faire un visuel impactant

Publicité en ligne

- Outils pour la publicité en ligne
- Simulation de la création d'une publicité en ligne sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram ou LinkedIn)
- Comment bien paramétrer sa publicité pour avoir els résultats attendus
- Bien définir ses objectifs de publicité, son audience et son budget
- Réfléchir le contenu de sa publicité et bien choisir son support
- Planifier et mesurer sa campagne de publicité en ligne

Référencement naturel

- Quèsaquo
- Comprendre les bases du référencement (moteurs de recherche, algorithme de classement, mots-clés, balises HTML, liens internes et externes, etc)
- Les outils pour la recherche de mots clés (Ubersuggest, AnswerthePublic, Semrush, GoogleTrends, SE Ranking, etc)
- Optimiser les balises et le contenu
- Comment créer une architecture de mon site web logique et intuitive
- Comment mieux optimiser mes images
- Comprendre l'importance de liens
- Comment utiliser ses outils d'analyse de performance pour apporter des ajustements en conséquence ?

L'analyse de données

- Comprendre les données de ventes
- Utilisation des outils d'analyse
- Analyse des tendances de vente
- Segmentation de la clientèle
- Analyse du comportement d'achat
- Comment mesurer l'efficacité des campagnes marketing
- Visualisation des données
- Comment établir des objectifs en se basant sur l'analyse de données
- Suivi et évolution