

# LE GUIDE DES FORMATIONS WEBMARKETING

RÉFÉRENCIEMENT - COMMUNICATION VISUELLE - RÉSEAUX SOCIAUX - DÉVELOPPEMENT WEB - INBOUND MARKETING

# ÉDITION 2018



**TAMENTO**

Agence de Marketing Digital

PARIS - LYON - STRASBOURG



Veille

Web

Stratégie

# INBOUND MARKETING

## Elaborez une stratégie en amont de tous projets Web

Avez-vous pensé au cheminement permettant à votre dispositif Web de tenir ses objectifs ?

Du lancement d'un appel d'offre Web jusqu'à l'amélioration du taux de conversion de vos pages Web, nos formations Webmarketing vous apporteront une approche stratégique globale. Vous améliorerez ainsi l'efficacité et la rentabilité de vos projets en vous initiant à la mise en place de budgets Webmarketing, à la gestion de projets Web ainsi qu'aux outils Google qui amélioreront les résultats de votre dispositif.

Taux de conversion

Webmarketing

Gestion de projet

Appel d'offre

Projets



## ► COMPRENDRE L'INBOUND MARKETING



### ► DÉFINITION

La formation **Inbound Marketing** vous permet d'apprendre à concevoir, déployer et piloter une stratégie webmarketing efficace et gagnante !

### ► OBJECTIFS

- Concevoir une campagne d'Inbound Marketing
- Comprendre les dynamiques de l'Inbound Marketing
- Transformer vos visiteurs en prospects, leads qualifiés puis clients



### ► POUR QUI ?

- Chargé de communication digitale
- Responsable marketing & communication
- Chef de projet web
- Webmaster

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Référencement



Rédaction



Google Analytics



Stratégie

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS L'INBOUND MARKETING

### JOUR 1

#### LES CLÉS DE L'INBOUND MARKETING

##### Définition de l'inbound marketing

- Les 3 écueils des entonnoirs de vente traditionnels
- La métaphore du filet à papillon
- Les 3 critères d'une démarche d'Inbound Marketing
- Inbound vs Outbound

DEMO

##### Anatomie d'une campagne d'Inbound Marketing

- La Landing Page
- La campagne de nurturing
- La campagne de promotion

PRATIQUE

##### La Landing Page

- Définir sa cible et ses objectifs
- Comprendre le parcours client
- Optimiser sa conversion
- Construire une landing page efficace :
  - landing page
  - La loi RGPD
  - Le magnet
  - Le formulaire
  - Le CTA
  - La Thank You Page

##### La campagne de nurturing

- Définition du nurturing
- Construire ses mails
- Les obligations du mailing
- Les bons conseils

### Jour 2 :

#### LANCER UNE CAMPAGNE D'INBOUND MARKETING

##### La campagne de promotion

- Les 3 types de visiteurs
- Un dispositif webmarketing complet
- L'acquisition de trafic qualifié

DEMO

##### Les visiteurs qui cherchent : le référencement

- Le référencement
- Attirer vos prospects via Google
- Google est un libraire
- Les mots clés
- L'optimisation
- Le référencement payant Adwords

##### Les visiteurs qui participent : le Community Management et le Social Selling

- État des lieux
- Le Community Management vs le Social Selling
- Méthodologie EcPaRe
- Écouter : la veille
- Parler : la communication
- Répondre : la conversation

DEMO

##### Les visiteurs qui surfent : la communication visuelle

- Le display web et réseaux sociaux
- Le mail marketing
- Les relations presse
- La communication PRINT

##### Conclusion

- Récapitulatif de la formation
- Échanges et questions/réponses



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



► COMPRENDRE  
**AMÉLIORER VOTRE TAUX DE CONVERSION WEB**

► LES ÉTAPES VERS  
**AMÉLIORER VOTRE TAUX DE CONVERSION WEB**



► DÉFINITION

La formation **Améliorer votre taux de conversion** vous permet de comprendre et d'interpréter le taux de conversion de votre site web.

► OBJECTIFS

- Calculer votre taux de conversion
- Apprendre les méthodes pour améliorer son taux de conversion

► POUR QUI ?

- Webmasters
- Responsables de communication

► COMPÉTENCES ACQUISES



2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

○ JOUR 1

**Introduction : le taux de conversion**

- L'influence d'internet sur la consommation
- Comprendre le taux de conversion
- Comment calculer son taux de conversion
- Définir la stratégie d'amélioration de son taux de conversion

DEMO

**Les sources de trafic d'un site internet : rappels sur le référencement**

- Le SEO (Search Engine Optimisation)
- Le référencement naturel
- Le référencement universel
- Le SEM (Search Engine Marketing)
- L'achat de liens
- Le SMO

**L'offre : le cœur de votre taux de conversion**

- Qu'est ce qu'une bonne offre sur internet ?
- Le processus de décision d'achat
- La crédibilité pour convaincre

DEMO

**L'ergonomie : présenter votre offre pour convaincre**

- Les couleurs et leurs significations
- La police : une question de taille
- Les différentes graphies
- Agencement de la page

**Le contenu : au service de la conversion**

- Écrire pour être compris
- Écrire pour être lu
- Écrire pour faciliter la navigation

○ JOUR 2

**Les concepts majeurs pour améliorer son taux de conversion**

- Le Call-to-action et les formulaires
- Les landings pages ou pages d'atterrissage
- L'entonnoir et le tunnel de conversion

**Google Analytics pour analyser votre taux de conversion**

- Le tableau de bord
- Les rapports
- Les objectifs
- Suivi du tunnel de conversion

**Google Website Optimizer pour de meilleurs résultats**

- Les campagnes de tests
- La mise en place et le paramétrage des tests
- L'analyse des résultats
- L'implémentation des optimisations

PRATIQUE

**Conclusion**

- L'importance d'être créatif pour une bonne conversion web
- L'optimisation inter-media
- Échanges sur la formation



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE GÉRER UN BUDGET WEBMARKETING



### ► DÉFINITION

Les nouveaux outils de communication ont souvent un coût difficile à appréhender sur le long terme. Il faut néanmoins les intégrer dans votre gestion budgétaire.

**Gérer un budget webmarketing :** Combien coûte un site web ? Comment anticiper le poids du Community Management ? Peut-on prévoir le coût d'une campagne Adwords ? Comprenez ensuite comment mesurer les économies réalisées, valider la rentabilité des opérations, identifier les indicateurs pertinents, et les outils de mesure et de suivi adaptés à votre activité.



### ► OBJECTIFS

- Mesurer votre ROI
- Construire un tableau de bord

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Responsables de campagne e-mailing
- Directeurs marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



1 JOUR  
8 HEURES

PARIS  
750 €HT

LYON  
650 €HT

STRASBOURG  
650 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS GÉRER UN BUDGET WEBMARKETING

### JOURNÉE

#### Votre stratégie webmarketing

- Définir vos objectifs de développement
- Faire un benchmark et analyser la concurrence
- Analyser et segmenter les typologies de cibles en fonction de vos objectifs
- Définir votre positionnement marketing
- Qu'est-ce que le webmarketing ?

DEMO

- Vue d'ensemble d'un dispositif webmarketing
- Les 3 types de visiteurs

#### Constituer votre budget : Combien ça coûte ?

- Les dépenses des entreprises
- Search Marketing : les visiteurs qui cherchent
  - La définition du référencement
  - Les mots-clefs
  - Les budgets associés aux différentes méthodes de référencement :
    - SEO
    - SEM
    - SMO
  - Le référencement universel
  - Le référencement naturel (netlinking)
  - L'achat de liens et d'espaces

DEMO

- Display : les visiteurs qui surfent
  - Le display web
  - L'emailing
  - Le display offline

DEMO

- Médias sociaux : les visiteurs qui participent
  - Les médias sociaux
  - Qu'est ce que le community management ?
  - Définir votre stratégie de community management
  - Définir un budget pour votre veille
  - Définir budget pour votre présence
  - Définir budget pour l'animation de communauté

DEMO

DEMO

- Votre dispositif web : convertir les visiteurs
  - Vos objectifs de conversion
  - Définir un budget de création, de maintenance ou de refonte de site web
  - Définir un budget de blog
  - Définir un budget de e-commerce

DEMO

- Optimiser vos investissements en optimisant votre taux de conversion
  - Définition
  - Les cibles
  - Les objectifs
  - Les KPI
  - Exemple d'analyse avec Google Analytics
  - Optimisation du taux de conversion

#### Piloter vos dépenses : Comment suivre le budget ?

PRATIQUE

- Construire votre tableau de bord
- Les dépenses récurrentes
- Les investissements
- Les dépenses exceptionnelles

#### Présenter un business plan : Combien ça rapporte ?

PRATIQUE

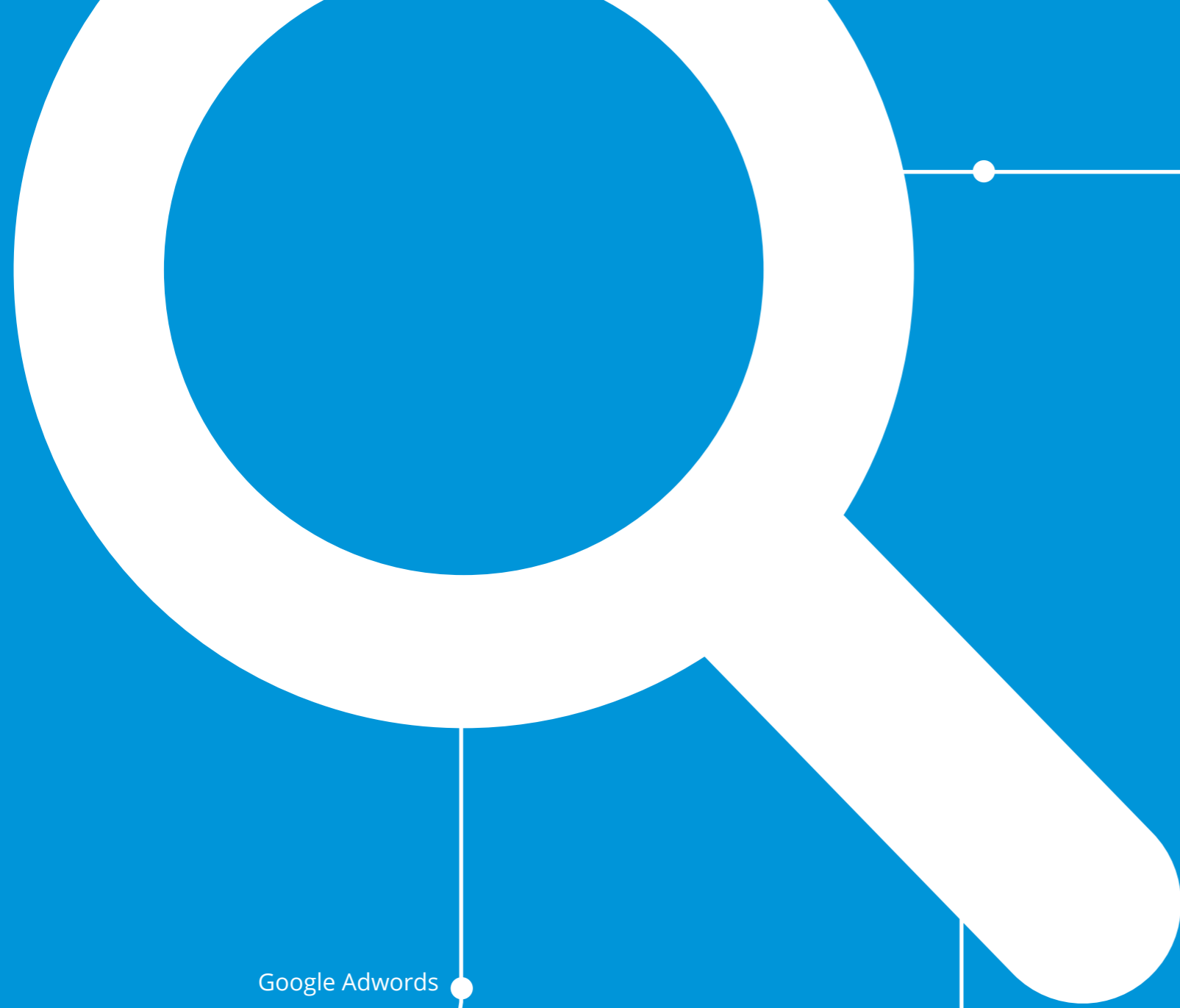
- Les économies réalisées
- Les gains
- Les dépenses évitées
- Calculer le Retour sur Investissement
- Présenter un budget webmarketing



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



Rédaction Web

Google Analytics

Dispositif Web

# RÉFÉRENCEMENT

## Pratiquez l'art du référencement

Vous cherchez à découvrir ou à maîtriser les techniques de référencement (SEO, SEM, SMO, ...)? Vous souhaitez comprendre le comportement des visiteurs d'un site Internet pour pouvoir en tirer profit? Vous avez conscience que rédiger pour le Web ne s'improvise pas?

Nos formations en référencement vous donneront les clés assurant le succès d'un dispositif Web depuis sa conception jusqu'à sa promotion. Vous apprendrez ainsi à mener des actions de référencement ciblées et adaptées pour générer du trafic sur votre site internet.

Google Adwords

Liens sponsorisés

Référencement

Site Web

Concepteur rédacteur

Performance



## ► COMPRENDRE LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL



### ► DÉFINITION

La **formation référencement naturel** vous permet d'apprendre et de comprendre les techniques visant à optimiser la visibilité de votre site web.

Grâce à notre **formation alliant théorie et pratique**, apprenez à utiliser de façon concrète des outils pour piloter votre référencement et à mesurer leur efficacité dans le temps.



### ► OBJECTIFS

- Comprendre les critères des moteurs de recherche
- Optimiser la visibilité de votre dispositif web
- Comprendre et maîtriser les différents outils relatifs au référencement
- Mesurer leur efficacité

### ► POUR QUI ?

- Responsable de Communication
- Chef de projet Web
- Community Manager
- Rédacteur Web
- Webmaster

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Référencement



Google Analytics

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

CALENDRIER - les dates sont susceptibles d'être modifiées - consultez les mises à jour en ligne

	JANV. 2018	FEV. 2018	MARS 2018	AVR. 2018	MAI. 2018	JUIN 2018	JUIL. 2018	AOUT 2018	SEPT. 2018	OCT. 2018	NOV. 2018	DEC. 2018
PARIS	-	-	-	-	-	-	2 - 3	-	6 - 7	18 - 19	22 - 23	17 - 18
LYON	-	-	-	-	-	-	17 - 18	-	20 - 21	2 - 3	5 - 6	5 - 6



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com

## ► LES ÉTAPES VERS LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

### JOUR 1

#### Introduction

- Le marketing
- Les 3 types de visiteurs
- Définition du Référencement
- Historique du référencement
- Le marché des outils de recherche
- Le fonctionnement d'un moteur de recherche
- Les mises à jour Google :

#### Comment concevoir une stratégie de mots-clés

- La base du référencement naturel : les mots-clés
- La longue traîne (The Long Tail)
- Méthodes de recherche de mots-clés

PRATIQUE

#### Optimisation du contenu éditorial

- Présentation
- Concevoir un contenu rédactionnel

PRATIQUE

### JOUR 2

#### Les critères de classement "ON PAGE" : LA PERTINENCE

- L'optimisation technique d'un site web
- L'architecture et l'arborescence d'un site
- Les erreurs techniques d'un site (404, etc...)
- La balise Meta Robots
- Le concept de Crosslinking
- La structure du site : sitemap, robots.txt, HTACCESS
- Redirections et en-tête HTTP
- Présentation de Google Search Console (GSC)
- Le temps de chargement des pages
- Les microdatas et schema.org
- Sécurisation d'un site
- Normes et Validation W3C
- Compatibilité Mobile
- Test d'optimisation sur d'un site

DEMO

PRATIQUE

DEMO

- Construire des pages visibles pour les moteurs de recherche
- Le Nom de Domaine et l'optimisation des URLs
- La Balise TITLE
- Optimiser le contenu des pages (Balises Hn, Graphies, etc...)
- Les Images
- Le Maillage interne
- Les Balises META
- L'importance d'un contenu rédactionnel optimisé
- Le concept du Duplicate Content
- Évaluation du niveau d'optimisation d'un site

PRATIQUE

#### Les critères de classement « OFF PAGE » : LA NOTORIÉTÉ

- Introduction au concept de créations de liens :
- Qu'est-ce qu'un lien ou backlink ?
- Présentation du PageRank
- Le concept du «TrustRank»
- Différences Nofollow / Dofollow
- Qu'est-ce qu'un bon lien ?
- Les différentes techniques de création de lien
- Les différents outils pour identifier les liens d'un site
- Les outils d'analyse de Netlinking

DEMO

#### Black HAT

- Panorama des différentes techniques interdites par Google

#### Conclusion

- Récapitulatif des erreurs les plus commises en référencement naturel
- Boîte à outils du référenceur & les outils gratuits de Google



## ► COMPRENDRE LE RÉFÉRENCIEMENT EXPERT

## ► LES ÉTAPES VERS LE RÉFÉRENCIEMENT EXPERT



### ► DÉFINITION

La Formation **Référencement Expert** vous apprend les **techniques visant à optimiser la visibilité de votre site web**. Alors que la formation niveau I propose une vue d'ensemble du référencement. La formation de niveau II inclut les aspects pratiques indispensables pour concevoir, suivre et améliorer le positionnement d'un site web.

Grâce à la formation dispensée par **TAMENTO**, apprenez à utiliser de façon concrète les outils du référencement et à mesurer leur efficacité.



### ► OBJECTIFS

- Définir une stratégie de référencement
- Concevoir un site web pour le référencement
- Améliorer votre référencement

### ► POUR QUI ?

- Traffic Managers
- Community Managers
- Webmasters
- Graphistes et webdesigners

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Référencement



Google Analytics

2 JOURS

16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## JOUR 1

### DEMO

#### Retour sur les bases du référencement

- Les moteurs de recherche
- Utilisations et parts de marché
- La gamme Google search
- Fonctionnement des moteurs de recherche
- Pagerank et TrustRank
- Un point sur Google Panda, Pinguin et Orca

#### Les méthodes de référencement en bref

- SEO, SEM, SMO
- Référencement naturel
- Les autres méthodes

#### Étape 1 : définir votre stratégie de mots-clés

- Approche globale : à quoi sert une stratégie de mots-clés ?
- Comprendre le comportement des internautes ?
- Comment trouver les mots-clés ?
- La stratégie Longue traîne

### DEMO

#### Étape 2 : concevoir un site web pour le référencement

- Différentes structures de sites web
- En quoi la stratégie de mots-clés va définir la structure du site web ?
- Une page par idée... l'intérêt du maillage interne
- Le sitemap
- Concevoir des landing pages : toutes vos pages sont accessibles sans passer par la home page
- Le fichier robots.txt

#### Étape 3 : optimisation de vos pages le SEO

- Le SEO en détail
- Les règles de SEO
- Optimiser le contenu des pages
- Les images et les vidéos
- Les meta-données
- Les micros datas
- Comment savoir si une page est optimisée ?
- Les méthodes de référencement BLACK HAT

## JOUR 2

#### Étape 4 : être référencé dans les autres moteurs de Google

- Google image search
- Youtube
- Google Maps et Google Adress
- Google News

#### Étape 5 : améliorer encore avec les Google webmaster Tools

- Présentation des GWT
- Configuration du site
- Les sitelinks
- Les options du fichier robots.txt
- Le sitemap.xml
- Optimiser le référencement
- Les statistiques

### PRATIQUE

#### Étape 6 : Adwords

- Adwords c'est quoi ?
- Comment fonctionnent les campagnes ?
- Évaluer le coût d'une campagne Adwords
- Créer une campagne
- Le lien entre Adwords et référencement organique

#### Étape 7 : suivre votre référencement

- Quelles informations dois-je suivre ?
- Introduction à Google Analytics
- Les données des GWT
- D'autres outils de suivi
- Les outils pour mettre à jour son référencement
- Comment conserver un bon positionnement

#### Conclusion

- Aller plus loin en optimisant son taux de conversion



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com





## ► COMPRENDRE RÉDACTION WEB

## ► LES ÉTAPES VERS RÉDACTION WEB



### ► DÉFINITION

La **formation Rédaction web** vous apprend toutes les méthodes pour écrire sur internet. Aujourd'hui sur le web, le contenu est la clé ! La **maîtrise des techniques de rédaction spécifiques au web est indispensable** à la promotion d'une information et à la **qualité de référencement d'un site**.

La formation dispensée par TAMENTO vous permet d'acquies une véritable autonomie dans la gestion de votre stratégie éditoriale.



### ► OBJECTIFS

- Adapter ses contenus au format internet
- Optimiser ses contenus pour un meilleur référencement
- Bâtir un projet éditorial efficace

### ► POUR QUI ?

- Responsable communication
- Responsable marketing
- Rédacteur et journaliste
- Éditeur de sites internet

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Référencement



Rédaction

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

CALENDRIER - les dates sont susceptibles d'être modifiées - consultez les mises à jour en ligne

	JANV. 2018	FEV. 2018	MARS 2018	AVR. 2018	MAI. 2018	JUIN 2018	JUIL. 2018	AOUT 2018	SEPT. 2018	OCT. 2018	NOV. 2018	DEC. 2018
PARIS	-	-	-	-	-	-	11 - 12	-	10 - 11	11 - 12	6 - 7	6 - 7
LYON	-	-	-	-	-	-	23 - 24	-	17 - 18	18 - 19	19 - 20	13 - 14



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com

## JOUR 1

### Introduction au Webmarketing

### Les spécificités de l'écriture web

- Quelques chiffres
- Les différences de contraintes entre print & web
- Le pouvoir du style
- Les 6 objectifs de l'écriture web

PRATIQUE

### Écrire pour être visible

- Le référencement
- Les moteurs de recherche
- Les mots clés
- Trouver les bons mots clés

PRATIQUE

### L'optimisation du positionnement

- La pertinence
- Le titre de la page
- Le nom de domaine
- L'adresse de la page
- Les titres et les balises H1, H2
- Les images
- Le texte : sémantique et ergonomie
- Le duplicate content

PRATIQUE

PRATIQUE

PRATIQUE

PRATIQUE

PRATIQUE

## JOUR 2

### Écrire pour être lu

- Couleurs et significations
- Les polices de caractères
- Les styles ou graphies
- Le pouvoir de l'image

PRATIQUE

### Autour du Titre

- Le bon titre
- Le surtitre
- Le chapô
- Les intertitres
- L'accroche

PRATIQUE

### Écrire pour être compris

- Les règles de lisibilité
- Être concis
- Tester la lisibilité d'un texte
- Le principe de la pyramide inversée
- Les 5 W
- La loi des proximités

DEMO

### Écrire pour faciliter la navigation

- L'écriture 3D
- Les liens hypertextes
- La notoriété

### Écrire selon les supports

- Parler sur les réseaux sociaux
- La visibilité Facebook

### Écrire pour être en conformité

- Concevoir une charte éditoriale
- Copyright et droits d'auteurs
- Les Licences CC



## ► COMPRENDRE GOOGLE ADWORDS

## ► LES ÉTAPES VERS GOOGLE ADWORDS



### ► DÉFINITION

La formation **Google Adwords** vous permet d'apprendre à créer et gérer vos campagnes de liens sponsorisés.

Grâce à la formation TAMENTO, accentuez la visibilité de votre site internet et générez du trafic ciblé.

### ► OBJECTIFS

- Créer une campagne avec Google Adwords
- Mettre en place une stratégie SEA
- Définir un budget
- Gérer sa campagne et créer du trafic
- Mesurer le ROI
- Mettre en place des actions correctives

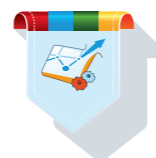
### ► POUR QUI ?

- Responsable communication
- Responsable Webmarketing
- Chef de projet web
- Rédacteur web

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Google Adwords



Google Analytics

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## JOUR 1

### Découverte de Google Adwords

- Historique
- Différence Adwords et Adsense
- L'impact des résultats sponsorisés pour les utilisateurs
- Principe de fonctionnement de la régie Google Adwords
- Les principaux concurrents du système de publicité de Google
- L'influence de Google Adwords sur le référencement naturel
- Enjeux des liens sponsorisés (rentabilité, fraude au clic, etc...)
- Réseaux de diffusion (réseau de recherche, réseau de sites partenaires, partenaires de recherche, etc.).
- Prise en main de l'interface Adwords

DEMO

### Les fondamentaux de Google Adwords

- Qu'est-ce le Quality Score (QS) ?
- Explication du système d'enchère de Google Adwords
- Définition des indicateurs de performances stratégiques

### Créer une campagne Adwords Search

- Mise en place de la campagne
- Sélection des bons supports de diffusion
- Les différents réseaux partenaires Adwords
- Déterminer son budget quotidien
- Planifier la campagne
- Ciblage des mots-clés
- Paramétrage des extensions d'annonces

### Création des groupes d'annonces et des annonces

- Comment rédige-t-on une annonce sous Adwords ?
- Définir sa page de destination
- Les annonces textuelles : contraintes
- Les annonces mobiles
- Déterminer ses enchères
- Les extensions d'annonce
- Modifier une annonce : comment ? pourquoi ? quelles conséquences ?

## JOUR 2

### Appliquer une méthodologie : l'importance des mots-clés dans Google Adwords

- Bien définir sa cible
- Définir une stratégie de mots-clés cohérente
- Utilisation du générateur de mots-clés
- Les options de correspondance des mots-clés
- Évaluer les résultats
- Créer une campagne Adwords

PRATIQUE

### La page de destination

- Importance de la page de destination
- Comment concevoir une landing page efficace ?
- Optimiser la performance de vos pages

### Les fonctionnalités avancées

- Paramétrer le suivi des conversions
- Optimisation des annonces
- Les annonces dynamiques
- Règles automatiques
- Stratégies d'enchères
- Les optimiseurs
- Données concurrentes
- Les recommandations

### Créer et mettre en ligne des campagnes Display et Retargeting

- Principes et intérêts
- Les campagnes sur Youtube
- Les campagnes Display : ciblage par mots clés, audience...
- Les campagnes retargeting
- Créer une annonce illustrée et sélectionner les emplacements

PRATIQUE

### Mesurer, Analyser et Optimiser ses campagnes

- Google Analytics et Google Adwords
- Créer des tableaux de bord de suivis
- Les outils d'optimisations
- Créer des rapports Adwords (Data Studio)
- Créer des campagnes Search complètes

PRATIQUE

### Conclusion



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE GOOGLE ANALYTICS

## ► LES ÉTAPES VERS GOOGLE ANALYTICS



### ► DÉFINITION

**Google Analytics** est l'outil indispensable pour **comprendre les résultats obtenus par son dispositif digital** mis en place, et surtout pour l'améliorer et identifier les leviers de progression.

Indispensable dans le pilotage de votre site internet, Google Analytics va vous permettre d'**optimiser votre dispositif pour être plus attractif** aux yeux de vos prospects, notamment avec les indicateurs touchant au domaine du référencement naturel.



### ► OBJECTIFS

- Installer, configurer et comprendre Google Analytics
- Optimiser la visibilité de votre dispositif web
- Mesurer l'efficacité d'un dispositif web

### ► POUR QUI ?

- Responsable communication
- Responsable marketing
- Community Manager
- Chef de projet Web
- Webmaster

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Référencement



Google Analytics

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

### JOUR 1

#### Introduction

- Le webmarketing
- Les 3 types de visiteurs sur le web
- La conversion
- Les différents outils de Web Analytics ?

#### Installer Google Analytics

- Créer un compte Analytics
- Incorporer le code Analytics sur un page HTML
- Incorporer les marqueurs au sein d'un CMS
- Vérification du fonctionnement du code de suivi
- Gestion des utilisateurs
- Installation de Google Analytics et vérification du tag de suivi

PRATIQUE

#### Les bases du suivi de la performance web : comprendre les statistiques

- Quels indicateurs suivre ?
- Première lecture de Google Analytics
- Les indicateurs de provenance
- Les indicateurs de visite
- Les indicateurs de performance
- Le taux de rebond
- Analyse comparative

#### Analyser les statistiques relatives aux moteurs de recherche

- Trafic en provenance des moteurs de recherche
- Identifier les mots clefs porteurs de trafic vers notre site
- Consultation et analyse des statistiques

PRATIQUE

#### Utiliser les fonctionnalités avancées de Google Analytics

- Utilisation des filtres et des filtres avancés
- Les segments avancés
- Personnalisation des canaux (valeurs et variables)
- Treemaps
- Analyse des cohortes
- Utilisateurs actifs

PRATIQUE

PRATIQUE

- Analyse des sources de trafic avec filtres avancés
- Création de segments avancés

### JOUR 2

#### Utiliser Analytics pour piloter mes performances

- Les différences sources de trafic
- Analyse du contenu : qu'en tirer ?
- Se poser bonnes questions sur la performance de mes pages web
- Analyse des contenus

PRATIQUE

#### Les rapports personnalisés et automatiques

- Principes des rapports sur Analytics
- Qu'est-ce qu'un rapport personnalisé ?
- Construire un rapport personnalisé
- Définition du contenu du rapport et de sa périodicité
- Les différents tableaux de bord
- Construction d'un rapport personnalisé
- Création de plusieurs rapports pour différents profils (Responsable SEO, Responsable Marketing, CEO, CTO, etc...)

PRATIQUE

PRATIQUE

#### Utiliser Analytics pour suivre mon Référencement

- Rappel sur les grands principes du référencement
- Suivi des indicateurs spécifiques au référencement naturel

#### Aller plus loin

- Alertes et annotations
- Faire de l'AB Testing (Google Optimize)
- Les différents raccourcis
- Liaison Analytics-Adwords
- Liaison Analytics-GSC
- La notion de Tag Manager
- Découverte Data Studio

#### Conclusion

- Questions / Réponses



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE GOOGLE ANALYTICS NIVEAU II



### ► DÉFINITION

La formation **Google Analytics Niveau II** vous propose de découvrir de manière pragmatique et pratique l'outil star de Google permettant de mesurer en temps réel le succès de votre dispositif web.

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, apprenez à mettre en œuvre des actions marketing axées sur les performances et optimisez leurs suivis.



### ► OBJECTIFS

- Analyser vos données
- Suivre son référencement

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Community Managers
- Webmasters
- Responsables marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Google Analytics

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS GOOGLE ANALYTICS NIVEAU II

### JOUR 1

#### Introduction : Rappel sur la formation Google Analytics Niveau 1

- Les bases du suivi de performance web
- Installer Google Analytics
- Utiliser Analytics pour piloter mes performances
- Utiliser Analytics pour suivre mon référencement

PRATIQUE

PRATIQUE

PRATIQUE

#### Utilisation avancée de Google Analytics et des KPI (indicateurs clés de performance)

- Mesurer les visites : visiteurs, pages, site, sous-domaines, frames...
- Mesurer les interactions : page d'achat e-commerce, les événements, l'entonnoir de conversion...
- Personnalisation de la collecte des données
- Les valeurs personnalisées
- Les variables personnalisées

PRATIQUE

PRATIQUE

PRATIQUE

PRATIQUE

PRATIQUE

### JOUR 2

#### L'analyse avancée des sources de trafic

- Les accès directs
- Les moteurs de recherche
- Les sites référents
- Google Adwords
- Les médias sociaux

DEMO

#### Les données et les rapports

- Les données de la visite / du visiteur / de la page vue
- Les rapports personnalisés
- Les segments d'observation et les filtres segments clients, produits, filtres par profils

#### Conclusion

- Échanges sur la formation



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



• Réseaux sociaux

• Facebook

• Communication

• Veille

• E-recrutement

• Web 2.0

• Twitter

• Webmarketing

• Community Management

# RÉSEAUX SOCIAUX

## Fédérez, animez et engagez des communautés Web

Vous souhaitez utiliser les médias sociaux de manière professionnelle mais ne savez pas quelles voie emprunter ?

Nos formations vous guideront vers la gestion de la e-réputation d'une entreprise au travers d'une méthodologie éprouvée. **Nous vous amèneront également à comprendre le métier de community manager ainsi que les différents outils et réseaux sociaux qu'il utilise au quotidien.**



## ► COMPRENDRE COMMUNITY MANAGER



### ► DÉFINITION

La **formation Community Management** vous permet de comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux et d'acquies une véritable autonomie sur la gestion de votre projet Webmarketing.

Grâce à la méthodologie et l'expertise dispensées par TAMENTO, gérez votre présence et votre réputation sur internet.



### ► OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux et les outils du Community Management
- Définir une stratégie de présence sur le web
- Gérer sa réputation sur internet
- Savoir créer et animer une communauté

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Webmasters
- Futurs Community Managers
- Responsables marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Facebook



Twitter



LinkedIn



Stratégie



Veille

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

**CALENDRIER** - les dates sont susceptibles d'être modifiées - consultez les mises à jour en ligne

	JANV. 2018	FEV. 2018	MARS 2018	AVR. 2018	MAI. 2018	JUIN 2018	JUIL. 2018	AOUT 2018	SEPT. 2018	OCT. 2018	NOV. 2018	DEC. 2018
PARIS	-	-	-	-	-	25 - 26	19 - 20	-	13 - 14	23 - 24	26 - 27	17 - 18
LYON	-	-	-	-	-	-	4 - 5	-	3 - 4	9 - 10	13 - 14	11 - 12



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com

## ► LES ÉTAPES VERS COMMUNITY MANAGER

### JOUR 1

#### État des lieux

- Le Webmarketing / Marketing Digital
- Chiffres mis à jour
- Les réseaux sociaux

#### La stratégie de community management

- Introduction
- Cible
- Objectif
- Message
- Dispositif
- Rapports et KPI
- Exercices pratiques

#### PRATIQUE

#### Les métiers du community management

- Chargé de veille
- Rédacteur web
- Community Manager
- Social Media Manager

#### La Méthode EcPaRe :

##### • Écouter :

- Présentation
- Mettre en place une logique de veille
- Outils de veille en temps réels
- Outils de veille automatisés

##### • Parler :

- Être présent
- Les communautés
- Les blogs
- Les Fakes News

##### • Répondre :

- Quelles réponses apporter
- Gestion des Bad Buzz
- Les chartes d'expression

### JOUR 2

#### DEMO

#### Facebook

- Présentation
- Les utilisateurs
- Le compte, le groupe, la page
- La publicité
- Les outils Messenger et live

- Animer sa communauté : La méthode EcPaRe

#### DEMO

#### Twitter

- Présentation
- Les utilisateurs
- La publicité
- Animer sa communauté : la méthode EcPaRe

#### DEMO

#### Instagram

- Présentation
- Les utilisateurs
- La publicité
- Animer sa communauté : la méthode EcPaRe

#### DEMO

#### LinkedIn

- Présentation
- Les utilisateurs
- Le compte, la page entreprise
- Animer sa communauté : la méthode EcPaRe

#### DEMO

#### Les réseaux de curation et partage

- Youtube
- Présentation
- Chiffres
- La chaîne
- Pinterest

#### DEMO

- Présentation
- Chiffres
- Le compte, le compte professionnel
- SlideShare

#### DEMO

- Présentation
- Chiffres
- Usages
- Les réseaux de niche

#### DEMO

#### Snapchat

- Présentation
- Les utilisateurs
- Publicité
- Animer sa communauté : la méthode EcPaRe

#### Conclusion et échanges sur le Community Management

#### Évaluation des compétences acquises



## ► COMPRENDRE COMMUNITY MANAGER NIVEAU II



### ► DÉFINITION

La formation **Community Management Niveau II** répond à la demande des personnes ayant suivi la formation **Community Management Niveau I** et qui souhaitent approfondir leurs connaissances et partager leurs expériences. Elle s'adresse également aux Community Managers en poste, souhaitant une mise à niveau ou un perfectionnement de méthodologie de Community Management.

### ► OBJECTIFS

- Appliquer concrètement les bonnes pratiques du Community Management
- Définir précisément une stratégie de webmarketing
- Mettre en pratique la méthode EcPaRe
- Maîtriser les outils du Community Manager

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Chefs de projet digital
- Community Managers
- Responsables marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Veille



Stratégie

1 JOUR  
8 HEURES

PARIS  
750 €HT

LYON  
650 €HT

STRASBOURG  
650 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS COMMUNITY MANAGER NIVEAU II

### JOURNÉE

#### Stratégie

- Retour d'expériences sur les projets de chacun

#### PRATIQUE

- Modélisation des stratégies de développement de chacun et pratiques

#### Écouter

- Retours d'expérience sur vos outils de veille

#### PRATIQUE

- Modélisation de vos structures de veille et pratique

#### Parler

- Retour d'expérience sur votre présence sur le web social
- Cartographie de votre dynamique de contenu et pratique

#### Répondre

- Combien de temps passez-vous à échanger avec votre communauté ?
- Comment éduquez-vous votre entreprise aux médias sociaux ?
- Créer une charte d'expression dans votre structure
- Définir un processus de gestion d'un bad buzz
- Retour d'expérience sur votre animation de communauté

#### PRATIQUE

- Présentation de nouveaux usages des différents réseaux sociaux

#### Conclusion et échanges sur les réseaux sociaux

#### Évaluation des compétences acquises



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE SOCIAL SELLING



### ► DÉFINITION

La **formation Social Selling** vous permet de comprendre le fonctionnement de vos prospects et clients sur les réseaux sociaux et d'acquérir une véritable autonomie sur la gestion de votre stratégie commerciale.

Grâce à la méthodologie et l'expertise dispensées par TAMENTO, **gagnez en performance commerciale et augmentez votre portefeuille de leads sur internet.**



### ► OBJECTIFS

- Comprendre les nouveaux processus d'achat.
- Adapter ses techniques de ventes aux réseaux sociaux.
- Identifier et contacter ses prospects cibles de qualité.
- Générer des leads grâce aux réseaux sociaux.

### ► POUR QUI ?

- Équipes commerciales
- Managers commerciaux
- Supports commerciaux
- Service marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

**CALENDRIER** - les dates sont susceptibles d'être modifiées - consultez les mises à jour en ligne

	JANV. 2018	FEV. 2018	MARS 2018	AVR. 2018	MAI. 2018	JUIN 2018	JUIL. 2018	AOUT 2018	SEPT. 2018	OCT. 2018	NOV. 2018	DEC. 2018
PARIS	-	-	-	-	-	-	11 - 12	-	17 - 18	15 - 16	12 - 13	10 - 11
LYON	-	-	-	-	-	-	17 - 18	-	24 - 25	22 - 23	19 - 20	17 - 18



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com

## ► LES ÉTAPES VERS SOCIAL SELLING

### JOUR 1

#### Introduction

- Les chiffres clés
- Panorama des réseaux B2B/B2C
- L'évolution du comportement des acheteurs
- Définition du Social Selling
- Le nouveau métier de Social Seller

#### Stratégie

- Le parcours client
- La méthodologie EcPaRe

#### Parler

- La présence
- Être sur le bon réseau social
- Choisir la bonne présence (Compte LinkedIn, Compte FB, page FB)
- Construire le bon profil
- Création de son profil
- La diffusion de contenu
- Identifier les différents types de contenus
- Partager les contenus issus d'une veille
- Diffuser les contenus de l'entreprise
- Parler aux bons moments avec la bonne posture
- Utiliser les mots clés de vos prospects
- Comment créer de l'engagement sur vos publications
- Les règles de visibilité des réseaux sociaux
- Publication de contenus

PRATIQUE

PRATIQUE

### JOUR 2

#### Écouter

- Les différents types de veilles
- La veille marque
- La veille offre
- La veille demande
- La veille concurrentielle
- La veille contact
- Création d'une stratégie de veille

PRATIQUE

#### Répondre

- Entretien et développer son réseau
- La conversation commerciale
- La gestion d'un bad buzz
- Quelles réponses apporter ?

PRATIQUE

#### Organisation

- Les relations service Marketing / service Commercial
- Le temps nécessaire au Social Seller
- Quels objectifs, KPI et rapports ?

#### Conclusion

- Récapitulatif de la méthodologie
- Quels futurs pour les Social Sellers ?
- Échanges et questions/réponses





## ► COMPRENDRE FACEBOOK, TWITTER



### ► DÉFINITION

La formation **Facebook, Twitter** vous permet d'appréhender ces 2 réseaux sociaux comme de nouveaux outils marketing pour votre entreprise.

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, apprenez à gérer votre présence sur Facebook, Twitter.



### ► OBJECTIFS

- Gérer sa réputation sur Facebook et Twitter
- Optimiser Facebook et Twitter pour l'entreprise

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Webmasters
- Community Managers
- Responsables marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Facebook



Twitter

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS FACEBOOK, TWITTER

### JOUR 1

#### Ce que vous devez savoir sur Facebook

- Les services de la plateforme Facebook
- Ces entreprises qui utilisent Facebook

#### Concevoir une stratégie autour de Facebook

- Votre marché est-il prêt ?
- Synthétiser vos objectifs
- Quelle stratégie pour quels objectifs ?
- Comment fixer des objectifs ?
- Choisir une page, un compte, un groupe ?

#### Les pages Facebook

- Introduction
- Création
- Créer la page
- Modifier une page
- Gérer les droits
- Personnaliser l'aspect
- Intégrer des onglets d'application (forum, contact, concours...)
- Les outils intégrés pour développer des pages avec des fonctionnalités avancées

#### PRATIQUE

- Animation
- Créer de l'animation
- Mettre en place une stratégie de publication
- Automatiser vos posts
- Valoriser les meilleurs fans
- Organiser des concours
- Proposer du contenu exclusif
- Facebook Live
- Messenger et les bots

#### PRATIQUE

- Promotion
- Conseiller la page à votre réseau
- Faire de la publicité
- Utiliser les sponsored stories
- Utiliser les supports traditionnels
- Lier votre site web et votre page Facebook avec les social plugins

#### PRATIQUE

#### Piloter votre activité

- Quelles informations dois-je suivre ?
- Comment fixer un objectif chiffré ?

- Les statistiques Facebook
- Les autres solutions de monitoring pour Facebook

### JOUR 2

#### Twitter en bref : ce que vous devez savoir

- Les origines et l'actualité de Twitter
- Business cases : les entreprises qui utilisent Twitter
- Votre outil de veille

#### Développer le nombre de vos followers

#### DEMO

- Comment identifier les followers qui m'intéressent ?
- Comment orienter les gens vers mon flux d'actualité ?
- Les bonnes pratiques

#### Publier sur Twitter

#### DEMO

#### DEMO

- Que dois-je tweeter ?
- Que dois-je retweeter ?
- Comment bien utiliser les mentions
- Planifier des tweets avec Hootsuite
- Les limites de l'automatisation
- Publier à plusieurs mains

#### Engagez la conversation avec vos followers

- Comment dépasser le cadre de Twitter ?
- Utiliser les messages directs
- Les règles pour avoir un bon suivi de followers

#### Suivez votre activité Twitter

- Suivre l'évolution du nombre de followers
- Utiliser Twitter Analytics

#### Conclusion et échanges sur Facebook et Twitter

#### Évaluation des compétences acquises



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► UTILISER FACEBOOK



### ► DÉFINITION

La formation **Facebook** vous permet d'apprendre tous les outils pour **créer et animer** efficacement une page Facebook pour votre entreprise.

Ce programme inclut toutes les composantes d'une démarche de développement de présence, de notoriété et d'engagements sur la plateforme Facebook (pages fan, publicité, sponsored stories...).

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, comprenez les enjeux du marketing et de la communication au travers du **réseau social Facebook**.



### ► OBJECTIFS

- Utiliser Facebook dans une perspective d'usage professionnel
- Identifier les relations qui ont de la valeur pour votre entreprise
- Créer votre communauté et l'animer

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Webmasters
- Community Managers
- Responsables marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



1 JOUR  
8 HEURES

PARIS  
750 €HT

LYON  
650 €HT

STRASBOURG  
650 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS FACEBOOK

### JOURNÉE

#### DEMO

- Ce que vous devez savoir sur Facebook**
- Les services de la plateforme Facebook
  - Ces entreprises qui utilisent Facebook

#### Concevoir une stratégie autour de Facebook

- Votre marché est-il prêt ?
- Synthétiser vos objectifs
- Quelle stratégie pour quels objectifs ?
- Comment fixer des objectifs ?
- Choisir une page, un compte, un groupe ?

#### Les pages Facebook

- Introduction
- Création
- Créer la page
- Modifier une page
- Gérer les droits
- Personnaliser l'aspect
- Intégrer des onglets d'application (forum, contact, concours...)
- Les outils intégrés pour développer des pages avec des fonctionnalités avancées

#### PRATIQUE

- Animation
- Créer de l'animation
- Mettre en place une stratégie de publication
- Automatiser vos posts
- Valoriser les meilleurs fans
- Organiser des concours
- Proposer du contenu exclusif
- Facebook Live
- Messenger et les bots

#### PRATIQUE

- Promotion
- Conseiller la page à votre réseau
- Faire de la publicité
- Utiliser les sponsored stories
- Utiliser les supports traditionnels
- Lier votre site web et votre page Facebook avec les social plugins

#### PRATIQUE

#### Piloter votre activité

- Quelles informations dois-je suivre ?
- Comment fixer un objectif chiffré ?
- Les statistiques Facebook
- Les autres solutions de monitoring pour Facebook

#### Conclusion et échanges sur Facebook

#### Évaluation des compétences acquises



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE ET UTILISER TWITTER



### ► DÉFINITION

La formation **Twitter** vous permet d'aller plus loin dans le fonctionnement de cette plateforme sociale et de générer de nouvelles opportunités pour votre entreprise.

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, réalisez des études, promouvez votre marque et gérez la réputation de votre entreprise grâce à l'outil de veille et de viralité le plus puissant.



### ► OBJECTIFS

- Développer votre réseau Twitter
- Engager une conversation
- Analyser votre suivi

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Webmasters
- Community Managers
- Responsables marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Twitter

1 JOUR  
8 HEURES

PARIS  
750 €HT

LYON  
650 €HT

STRASBOURG  
650 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS TWITTER

### JOURNÉE

#### Twitter en bref : ce que vous devez savoir

- Les origines et l'actualité de Twitter
- Business cases : les entreprises qui utilisent Twitter
- Votre outil de veille

#### Développer le nombre de vos followers

- Comment identifier les followers qui m'intéressent ?
- Comment orienter les gens vers mon flux d'actualité ?
- Les bonnes pratiques

#### Publier sur Twitter

- Que dois-je tweeter ?
- Que dois-je retweeter ?
- Comment bien utiliser les mentions
- Planifier des tweets avec Hootsuite
- Les limites de l'automatisation
- Publier à plusieurs mains

#### Engagez la conversation avec vos followers

- Comment dépasser le cadre de Twitter ?
- Utiliser les messages directs
- Les règles pour avoir un bon suivi de followers

#### Suivez votre activité Twitter

- Suivre l'évolution du nombre de followers
- Utiliser Twitter Analytics

#### Conclusion et échanges sur Twitter Évaluation des compétences acquises



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE RECRUTEMENT RÉSEAUX SOCIAUX



### ► DÉFINITION

La **formation Recrutement Réseaux Sociaux** spécialiste en conseil et formation web 2.0 vous permettra de maîtriser les méthodologies et les outils de recrutement sur internet et les médias sociaux.

Grâce à des intervenants experts dans leur domaine respectif, maîtrisez les méthodologies et les outils de recrutement sur internet et les médias sociaux.



### ► OBJECTIFS

- Maîtriser et optimiser les fondamentaux du recrutement traditionnel
- Comprendre la nécessaire évolution vers le recrutement 2.0 et maîtriser les outils adéquats
- Savoir sourcer et prospecter puis fidéliser et animer des "communautés" de talents et expertes dans leur domaine

### ► POUR QUI ?

- Chargés de recrutement
- Responsables d'agence intérim
- Directions des ressources humaines

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Facebook



Twitter



LinkedIn



Viadeo



Veille

2 JOURS

16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS RECRUTEMENT RÉSEAUX SOCIAUX

### JOUR 1

#### Introduction aux médias sociaux

- État des lieux
- Chiffres
- Présentation de LinkedIn
- La marque employeur
- Recruter sur Facebook
- La méthode EcPaRe

#### Le Community Management : Définition et objectifs

- Écouter : les outils de veille
- Parler : créer du contenu pour le web
- Le référencement
- Répondre : rentrer dans le dialogue
- La e-réputation
- Gestion d'un bad buzz

#### Le recrutement

- État des lieux du marché
- Les méthodes de recrutement
- Les acteurs du recrutement
- La déontologie

#### Le recrutement sur les médias sociaux

- Chiffres clés
- Les acteurs

### JOUR 2

#### Comment recruter sur les médias sociaux

- Écouter et rechercher : la veille
- L'impact du recrutement sur les réseaux sociaux
- Les méthodes de recrutement
- Le webtracking
- Les annonces
- Le traitement des candidatures

#### Les dispositifs

- DEMO • LinkedIn
- DEMO • Viadeo
- DEMO • Twitter
- DEMO • Facebook
- DEMO • Les autres réseaux sociaux
- DEMO • Les Job boards
- DEMO • Les annuaires

#### Conclusion et échanges sur la formation



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE

# RECHERCHER UN EMPLOI GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX



### ► DÉFINITION

A l'heure du web 2.0, beaucoup de professionnels utilisent les **réseaux sociaux** pour trouver de nouveaux collaborateurs.

Se délaissant des annonces classiques, ils préfèrent recruter depuis Twitter, LinkedIn ou Viadeo afin de trouver des professionnels.

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, sachez vous rendre visible et optimiser votre présence sur ces réseaux tout en restant à l'écoute des offres d'emploi diffusées.



### ► OBJECTIFS

- Gérer sa réputation sur le web
- Définir une stratégie de présence sur les réseaux sociaux
- Maîtriser les réseaux sociaux professionnels

### ► POUR QUI ?

- Demandeurs d'emplois

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Google +



Twitter



LinkedIn



Viadeo



Veille

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS

# RECHERCHER UN EMPLOI GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX

## JOUR 1

### Qu'est-ce que les réseaux sociaux

- Les fondamentaux du web communautaire
- À quoi sert un réseau social ?
- La sociologie des médias sociaux
- Les chiffres

### Pourquoi utiliser les médias sociaux

- Les risques à ne pas être présent
- Les sites de recherche d'emplois
- Choisir le bon réseau

### Le cycle vertueux de la recherche d'emploi sur les réseaux sociaux

- Contrôler son identité numérique
- Créer son profil et utiliser les réseaux majeurs
- LinkedIn
- Viadeo

PRATIQUE

PRATIQUE

PRATIQUE

## JOUR 2

### Le cycle vertueux de la recherche d'emploi sur les réseaux sociaux (suite)

- Twitter
- Google +
- Développer son réseau
- Optimiser sa présence numérique
- Optimiser son référencement, être visible

PRATIQUE

PRATIQUE

### Créer une veille efficace

- La stratégie de mots clefs
- La veille sur les moteurs de recherche
- La veille sur les réseaux sociaux
- Utiliser Yahoo Pipes
- Centraliser les informations

PRATIQUE

PRATIQUE



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE E-REPUTATION



### ► DÉFINITION

La formation **Veille internet** vous aidera à structurer à la fois vos recherches d'informations et vos dispositifs d'alerte pour être capable de réagir rapidement. L'enjeu d'un dispositif de veille n'est pas de trouver des informations, mais de faire le tri dans la quantité gigantesque de données présentes sur le web et diffusées quotidiennement.



### ► OBJECTIFS

- Concevoir un dispositif de veille efficace
- Obtenir rapidement la bonne information
- Savoir exploiter les informations récoltées

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Responsables commerciaux
- Relations presse
- Chargés de communication
- Community Managers

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



1 JOUR  
8 HEURES

PARIS  
750 €HT

LYON  
650 €HT

STRASBOURG  
650 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS E-REPUTATION

### JOURNÉE

#### Intro : pourquoi faire de la veille ?

- Les risques de ne pas être en veille
- Les bad buzz
- Les différents types de veille
- Les sources d'information
- Veille personnelle ou veille collaborative

#### Concevoir son dispositif de veille

- Méthode simple de conception d'un dispositif de veille
- Quels mots-clés surveiller ?
- Sur quels sujets dois-je faire de la veille ?
- Quelles sources surveiller ?
- Comment vais-je exploiter les informations ?
- Quel traitement en temps réel ?
- Quelles opérations d'analyse à long terme ?

#### Sourcer : s'abonner aux bons flux d'information (Démonstration)

- Une stratégie de mots-clés en pratique
- La veille sur les moteurs de recherche
- Comment trouver les bons flux ?
- Comment identifier les influenceurs ?
- Les outils intégrés

#### DEMO

#### PRATIQUE

- Formater : nettoyer les sources d'information
- Utiliser Yahoo Pipes pour nettoyer ses flux d'information
- Supprimer les doublons
- Filtrer les mauvaises infos

#### Exploiter : usage au quotidien

- Centraliser toutes les informations
- Structurer son espace de travail
- Partager la veille
- Faire une veille collaborative



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



Webmarketing

InDesign

Stratégie

# COMMUNICATION VISUELLE

## Créez des campagnes publicitaires créatives et efficaces

**Vous souhaitez aiguiller des prospects vers un dispositif web grâce à une campagne en ligne, par mail ou offline ?**

Nos formations display vous permettront de comprendre les enjeux et les bénéfices d'une campagne publicitaire ciblée. De l'appréhension des outils de création graphique, en passant par la conception des supports et des messages publicitaires, jusqu'à leur diffusion, vous aborderez les facteurs clés de succès permettant d'améliorer significativement la performance de vos campagnes.

Site web

Photoshop

Campagne Display

Emailing

Communication

Illustrator



## ► COMPRENDRE EMAILING



### ► DÉFINITION

La formation **Emailing** propose les méthodes et les outils pour mettre en place une stratégie d'engagement par le mail. Avec le développement des réseaux sociaux et du web mobile, les internautes sont submergés d'informations courtes, en temps réel et souvent trop nombreuses pour être exploitables.

Dans ce contexte, le mail est un canal de communication anachronique qui propose un rythme de communication apprécié par vos clients et permettant d'imaginer des dynamiques d'engagement astucieuses et performantes.



### ► OBJECTIFS

- Concevoir une stratégie de mail marketing
- Savoir choisir un outil de mailing
- Savoir utiliser un auto-répondeur

### ► POUR QUI ?

- Chargés de communication web
- Assistants marketing
- Community Managers
- Responsables marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



1 JOUR  
8 HEURES

PARIS  
750 €HT

LYON  
650 €HT

STRASBOURG  
650 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS EMAILING

### JOURNÉE

#### Introduction : l'influence du mail

- Les chiffres clés de l'e-mailing
- Le mail dans l'univers des communications web
- Dans quel cas utiliser le mail
- Les usages : au-delà de la newsletter

DEMO

#### Concevoir sa stratégie de mail marketing

- Définir ses objectifs
- Comment fixer des objectifs chiffrés ?
- Segmentation et ciblage : adapter le message à la cible
- Fixer le calendrier
- Concevoir la charte éditoriale

#### Le contenu

- Rédiger un mail
- Bien construire l'objet
- Les figures imposées

PRATIQUE

PRATIQUE

PRATIQUE

#### L'envoi

- Vérifier la diffusibilité
- Construire sa base de mailings
- Éviter les anti-spams
- Tester sur tous les navigateurs
- Paramétrer un auto-répondeur

#### L'ergonomie

- Favoriser la compréhension
- Le call to action
- Exemples de mailings réussis

DEMO



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com





## ► COMPRENDRE CAMPAGNES DISPLAY



### ► DÉFINITION

La formation **Campagnes display** vous permet de comprendre comment lancer une campagne sur le web.

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, choisissez le bon support et adaptez votre message à votre publicité.



### ► OBJECTIFS

- Choisir le bon support pour sa publicité
- Apprendre les méthodes pour bien écrire

### ► POUR QUI ?

- Directeurs marketing
- Responsables de campagne e-marketing
- Responsables communication

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Référencement



Display



Rédaction



Stratégie

2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS CAMPAGNES DISPLAY

### JOUR 1

#### La cible : atteindre votre public

- La segmentation
- Le ciblage contextuel
- Le ciblage comportemental
- Le ciblage géographique

#### Les réseaux de display

- Les régies publicitaires
- Les régies d'affiliation
- Google AdSense
- Facebook et les réseaux sociaux

#### Le support : le choix du type de display

- Les différents types de supports
- Les différents formats
- Le rich media

#### Le retargeting et la publicité comportementale en ligne

- L'importance de la cible
- Quel contenu mettre en avant ?
- La personnalisation du contenu
- Les aspects juridiques

#### La publicité sur mobile

- Les régies publicitaires
- Les différents formats et supports
- Les technologies : SMS, MMS, Bluetooth, QR Code...

### JOUR 2

#### Le message : écrire pour le display

- Écrire pour être compris : la lisibilité
- Écrire pour être lu : l'ergonomie
- Écrire pour faciliter la navigation : les hypertextes

#### Les landings pages pour améliorer son taux de conversion

##### DEMO

- Définition d'une landing page
- Les différents types de landing pages et leurs objectifs

#### Conclusion

- L'importance d'être créatif pour une bonne campagne
- L'optimisation inter-support
- Échanges sur la formation



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE PHOTOSHOP



### ► DÉFINITION

La formation **Photoshop** vous permet d'apprendre à révéler le meilleur de vos images et photos en les transformant à volonté.

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, apprenez à maîtriser les fonctionnalités essentielles de Photoshop pour redimensionner, recadrer, corriger ou modifier vos images et photos.



### ► OBJECTIFS

- Gagner du temps en utilisant les outils appropriés
- Maîtriser la retouche d'images
- Optimiser vos fichiers pour le web
- Préparer un fichier imprimeur

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Webmasters
- Graphistes

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS PHOTOSHOP

### JOUR 1

#### Découvrir Photoshop, son utilisation et ses fonctions

DEMO

- Présentation de l'interface : plan de travail et palettes
- Les différentes applications : retouche visuelle et photo numérique
- Définitions des outils de création

#### Choisir la taille de vos images

- Connaître la taille et résolution de vos images et les modifier
- Recadrer, redresser vos images

PRATIQUE

#### Pratiquer la retouche d'image avec Photoshop

PRATIQUE

- Ajouter, déplacer, supprimer un élément sur votre image
- Utiliser les outils correcteurs pour la "retouche beauté"

PRATIQUE

#### Détourer vos images

PRATIQUE

- Les outils pour détourer :
  - Masque d'écrêtage
  - Outil plume
  - Outils lassos

PRATIQUE

- Extraire un élément d'une image

#### Améliorer la couleur et la luminosité

PRATIQUE

- Corriger le contraste et la luminosité
- Raviver les couleurs ou passer de la couleur au noir et blanc
- Changer la couleur d'un élément

PRATIQUE

PRATIQUE

#### Les calques

PRATIQUE

- Le calque d'arrière-plan
- Création et gestion des calques
- Duplication d'un calque
- Verrouiller, masquer et lier des calques
- Fusion des calques
- Organiser ses calques
- Transparence des calques
- Outil de sélection des calques

#### Créer des repères

PRATIQUE

- Créer et modifier des règles
- Créer, placer et modifier des repères

### JOUR 2

#### Créer des formes

- Formes géométriques ou prédéfinies
- Création de nouvelles formes
- Création de tracés
- Dessiner à la plume
- Les outils pinceau, aérographe et crayon

PRATIQUE

PRATIQUE

#### Transformations et déformations

PRATIQUE

- Transformation manuelle
- Transformations d'images : symétrie, homothétie, rotation, perspective
- Alignements et répartitions des éléments

#### Les modes colorimétriques

DEMO

- Mode CMJN, RVB, niveaux de gris, bichromie
- Bibliothèque de couleur
- Les couleurs Pantone
- La palette des couleurs
- Gestion des couleurs avec le nuancier
- L'outil pipette
- Le pot de peinture
- Création de dégradés

#### Les outils de sélections et de recadrage

PRATIQUE

- La baguette magique
- Les lassos
- Déplacer une sélection
- Améliorer le contour de sélection
- Recadrer une image

#### Création de texte

PRATIQUE

- Création de texte simple
- Création d'un bloc de texte
- Les différentes options de caractère et paragraphe

#### Option d'enregistrement .psd, .eps, .jpg, .png, .tiff

PRATIQUE

- Enregistrement de l'image en fonction de sa destination
- Gérer le ratio qualité / poids de l'image pour le web
- Préparer un fichier pour l'imprimeur



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE ILLUSTRATOR



### ► DÉFINITION

La formation **Illustrator** vous permet d'apprendre à créer toutes sortes de visuels vectoriels et à produire rapidement et efficacement des images vectorielles de qualité.

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, apprenez à créer une identité visuelle, des illustrations en couleur ou noir et blanc ou de multiple mises en pages (packaging, cartes de visite...).



### ► OBJECTIFS

- Apprendre les fonctions essentielles d'Illustrator
- Réaliser des logos, pictogrammes et illustrations
- Préparer des fichiers destinés à l'impression
- Optimiser les visuels pour le web

### ► POUR QUI ?

- Assistant(e)s de communication
- Webdesigner
- Graphiste
- Maquettiste

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS ILLUSTRATOR

### JOUR 1

#### Découvrir Illustrator, son utilisation et ses fonctions

##### PRATIQUE

- Les différentes applications : illustrations, logos, pictogrammes, mises en pages (packaging)...
- Les formats de document et l'outil zone de recadrage
- Personnalisation de l'interface : plan de travail et palettes
- Les modes d'affichage tracés et aperçus

#### Créer des formes géométriques

##### PRATIQUE

- Les outils : rectangle (coins carrés ou arrondis), cercles, polygones, étoiles, triangles...
- Les contours : épaisseurs, extrémités, styles de traits
- Les outils de sélection

#### Transformer les objets avec Illustrator

##### PRATIQUE

- Les outils de transformation : échelle, rotation, symétrie, torsion
- Les Pathfinder : créer des formes complexes

#### Mode colorimétrique du document

- Personnaliser son nuancier de couleurs : unies, dégradées, motifs
- Différencier les modes : CMJN, RVB, Pantone... en fonction de la destination

#### Dessiner avec des tracés libres

##### PRATIQUE

- Le pinceau et le crayon, les épaisseurs
- Le dessin à la plume

#### Éditer et styliser du texte

- La saisie de texte : libre, captif, curviligne
- La mise en forme des caractères et des paragraphes
- La vectorisation de texte
- Création d'un bloc texte

### JOUR 2

#### Les repères

- Afficher les repères et les règles (unités de mesure)
- Déplacer et verrouiller des repères
- Masquer les repères
- Supprimer les repères

#### Alignement

- Outil alignement
- Outil répartition
- Duplication de forme

#### Les calques

- Créer un nouveau calque
- Superposition de calque
- Copier un calque
- Créer un dossier de calque

#### Les graphiques

##### PRATIQUE

- Les types de graphiques
- Créer des graphiques
- Modification
- Personnalisation

#### Les formats d'enregistrement

- Format de fichier pour l'impression
- Format de fichier pour le web
- Format de fichier pour l'importation vers Photoshop, Indesign...
- Objet dynamique dans photoshop

#### Créer un visuel vectoriel

##### PRATIQUE

- Créer un nouveau document
- Organiser son espace de travail
- Créer des formes vectorielles
- Transformer, modifier des formes
- Changer les couleurs
- Intégrer du texte
- Enregistrer le document



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE INDESIGN



### ► DÉFINITION

La formation **InDesign** vous permet d'apprendre à réaliser des mises en page de qualité de tous vos documents.

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, créez des maquettes complètes et cohérentes préparées pour l'impression.



### ► OBJECTIFS

- Apprendre la mise en page avec le logiciel InDesign
- Créer des présentations et documents de qualité

### ► POUR QUI ?

- Graphistes
- Maquettistes
- Illustrateurs
- Assistant(e)s communication

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



2 JOURS  
16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS INDESIGN

### JOUR 1

#### Découvrir InDesign, son utilisation et ses fonctions

##### PRATIQUE

- Personnalisation de l'interface : plan de travail et palettes
- Les différentes applications : mises en page (affiche, dépliant, catalogue...)
- Les formats de document
- Les modes d'affichage tracés et aperçus

#### Présentation de l'interface InDesign

- Préparation et présentation de l'espace de travail
- Menus et palettes flottantes
- Outils et palettes d'options
- Création et personnalisation de son espace de travail à partir de l'espace prédéfini
- Les modes d'affichage : plein écran, échelle...
- Naviguer dans la zone de travail (outils main + zoom)
- Principaux raccourcis clavier

#### Création d'un nouveau document

- Gestion des pages : chemin de fer, gabarit, foliotage
- Enregistrement du document en : .indd, .eps, .jpg
- Créer, dupliquer, déplacer une nouvelle page

#### Manipulation du texte dans InDesign

##### PRATIQUE

- Créer un bloc de texte
- La typographie : taille des caractères, feuilles de style, interlignage, interlettrage...
- La gestion des polices
- Attributs de caractères et paragraphes
- Chaînages de blocs textes

#### Gestion des blocs images et texte

##### PRATIQUE

- Placement, verrouillage, duplication, rotation...
- Recadrage et habillage

#### Gestion des images

- Les types d'images compatibles
- Importation de fichiers natifs (Photoshop, Illustrator)

### JOUR 2

#### Personnalisation des bloc-objets

##### PRATIQUE

- Attributs du bloc objet
- Déplacer, orienter et transformer un bloc objet
- Gérer les transparences
- Associer / dissocier des objets
- Pathfinder

#### Repères, alignement et mise en page

- Créer, verrouiller ou supprimer des repères
- Alignement des blocs et images
- Répartition des éléments

#### Modes colorimétriques du document

- Nuanciers et bibliothèques de couleurs (CMJN, RVB, PANTONE)
- Créer des couleurs
- Créer sa propre bibliothèque de couleurs
- Créer et enregistrer des dégradés

#### Préparer un document pour l'imprimeur

- Les procédés d'impression les plus utilisés
- Création de dossier d'assemblage
- Mise à jour et gestion des liens
- Export .pdf

#### Mise en application

##### PRATIQUE

- Créer une mise en page
- Créer un document 21 x 29,7 - 4 pages
- Insérer un titre, un sous-titre et du texte
- Créer et intégrer un bloc image
- Enregistrement, assemblage



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com



Joomla!

Site web

Wordpress

# DÉVELOPPEMENT WEB

## Maîtrisez les dernières technologies pour rester à la pointe

Parlez-vous le bon langage ? Afin de répondre aux nouvelles attentes du marché le Web évolue et engendre l'apparition de nouveaux langages de programmation. Pour rester au fait de ces dernières tendances, nous vous proposons des formations permettant d'aborder la création de site Internet, de mettre à jour vos connaissances et de découvrir les langages que vous souhaitez maîtriser.

Des CMS les plus utilisés (Joomla et Wordpress) aux technologies du web moderne (HTML5, CSS3, JQUERY, PHP 5, ...), nos formateurs sont des développeurs experts qui vous donneront toutes les clés du développement web.

Dynamique

AS3

Administration

3.0

Flex

Développement

MySQL



## ► COMPRENDRE WORDPRESS

## ► LES ÉTAPES VERS WORDPRESS



### ► DÉFINITION

La formation Wordpress vous permet d'apprendre en 3 jours comment créer un site Wordpress personnalisé et optimisé pour le référencement.

Grâce à la formation dispensée par TAMENTO, créez et actualisez rapidement et simplement un site internet.



### ► OBJECTIFS

Concevoir et administrer un site web ou un blog sur Wordpress.

### ► POUR QUI ?

- Éditeurs web
- Rédacteurs et journalistes
- Graphistes et webdesigners
- Toute personne souhaitant créer un site

### ► POUR QUOI ?

- Maîtriser l'installation du site web sur son hébergement
- Installer et personnaliser son thème
- Mettre en place le contenu de son site
- Optimiser le référencement de base du site

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Wordpress



Stratégie



Référencement



Rédaction

3 JOURS  
24 HEURES

PARIS  
1950 €HT

LYON  
1890 €HT

STRASBOURG  
1890 €HT

**CALENDRIER** - les dates sont susceptibles d'être modifiées - consultez les mises à jour en ligne

	JANV. 2018	FEV. 2018	MARS 2018	AVR. 2018	MAI. 2018	JUIN 2018	JUIL. 2018	AOUT 2018	SEPT. 2018	OCT. 2018	NOV. 2018	DEC. 2018
<b>PARIS</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	17 - 18	15 - 16	19 - 20	10 - 11
<b>LYON</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	6 - 7	4 - 5	8 - 9	3 - 4



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !  
Lyon - Paris - Strasbourg // 09 72 31 12 27  
formations@tamento.com - www.tamento.com

## JOUR 1

### Présentation du moteur Wordpress

- Qu'est-ce que Wordpress ?
- Avantages et inconvénients ?

### Avant l'installation

- Définition de l'arborescence du site
- Les contenus :
  - Les mots-clés
  - Les spécificités de l'écriture web
- Les visuels
  - Optimiser pour le référencement
  - Taille et poids d'une image

PRATIQUE  
PRATIQUE

### Installer Wordpress

- Téléchargement de Wordpress
- Installation sur un serveur 1&1 / OVH :
  - Paramétrage du compte FTP
  - Création de la base de données
  - Installation du moteur Wordpress
- Installation et paramétrage d'une Landing Page

PRATIQUE

### Présentation de l'interface d'administration Wordpress

- Le tableau de bord
- Les articles
- Les médias
- Les pages
- Les commentaires
- Les utilisateurs

DEMO

### Les réglages de Wordpress

- Général
- Écriture
- Lecture
- Permalien

### Personnaliser l'apparence de son site

- Les thèmes (gratuits et payants)
- Installer et configurer son thème
- Utilisation des widgets

PRATIQUE

## JOUR 2

DEMO

### Le contenu du site

- La différence entre pages et articles
- Gestion des pages et des articles
  - Ajouter, modifier, supprimer
  - Créer et gérer les menus de navigation

### Les extensions

- Qu'est-ce qu'une extension (plugin) ?
- Télécharger et installer une extension

### Les utilisateurs

- Ajouter un utilisateur
- Gérer les droits d'administration en fonction du rôle de l'utilisateur

PRATIQUE

### Pratique

- Prise en main de votre site, mise en application de la théorie

## JOUR 3

PRATIQUE

### Temps d'échange et de pratique

- Questions : ce que vous souhaitez revoir
- Intégration des contenus et visuels que vous avez préparés

### Avoir un site conforme au RGPD

- Qu'est-ce que le RGPD ?
- Ce qu'il faut mettre en place sur votre site
- Les pages Mentions légales, CGU et données utilisateurs
- Installation d'une extension pour les cookies

PRATIQUE

### Mise en ligne du site

- Installation d'un système de backup du site
- Effectuer une sauvegarde du site
- Mise en ligne du site

### Référencement naturel & outils de statistiques

- Les différentes sources de trafic
- Les moteurs de recherche
- Optimisation du référencement naturel
- Installation de Google analytics
- Analyser son site web



## ► COMPRENDRE GESTION DE PROJET WEB

## ► LES ÉTAPES VERS GESTION DE PROJET WEB



### ► DÉFINITION

La formation **Gestion de projet web** requiert aujourd'hui des compétences pluridisciplinaires : de solides connaissances du web, une méthodologie de travail rigoureuse alliée au sens du management, ainsi que des compétences techniques en webmarketing, webdesign, développement web, ergonomie et conception fonctionnelle.

Cette formation a pour objectif de vous apporter une vision globale du métier de chef de projet web en maîtrisant l'ensemble des connaissances nécessaires à ce type de fonction. Conçue sur la base d'expériences "terrain" vécues par nos chefs de projets, la formation vous apporte les bests practises d'un métier du web devenu aujourd'hui incontournable.



### ► OBJECTIFS

- Gérer le développement d'un site Internet
- Comprendre les spécificités d'un projet web
- Acquérir les méthodologies qui vous permettront d'organiser votre projet
- Être capable d'être une interface pertinente entre l'équipe Web et le client

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Responsables marketing
- Chefs de projet

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Stratégie



Rédaction



Référencement



Veille

2 JOURS

16 HEURES

PARIS  
1490 €HT

LYON  
1290 €HT

STRASBOURG  
1290 €HT

### JOUR 1

#### Définition stratégique du projet

- Introduction au Webmarketing
- Définir les attentes et les objectifs du client
- Faire un benchmark et analyser la concurrence
- Analyser et segmenter les typologies de cibles en fonction de ses objectifs
- Définir les contraintes : graphiques, techniques, juridiques, budgétaires...
- Identifier les solutions envisageables pour atteindre les objectifs en fonction des contraintes

#### Référencement web en amont du projet

- Les bases du référencement Web
- Les différentes méthodes de référencement
- SEO
- SEM
- SMO
- Le référencement universel
- Le référencement naturel (netlinking)
- L'achat de liens et d'espaces

DEMO

PRATIQUE

- Concevoir un site web pour le référencement
- Différentes structures de sites web
- En quoi la stratégie de mots-clés va définir la structure du site web ?
- Une page par idée... l'intérêt du maillage interne

#### La conception du projet pour une bonne définition du cahier des charges

- Définir votre stratégie de mots-clés :
  - Approche globale : à quoi sert une stratégie de mots-clés
  - Comprendre le comportement des internautes
  - Comment trouver les mots-clés ?
  - Étudier la concurrence, le marché, la demande, les tendances
  - La stratégie longue traîne
- Choisir un nom de domaine pertinent
- Construire stratégiquement une arborescence de site Web :
  - Comprendre les besoins du client
  - Comprendre les attentes des internautes
  - Utiliser une stratégie de mots clefs efficace

- Concevoir une ergonomie efficace grâce aux wireframes
- Construire le zoning de la page d'accueil
- Construire le zoning des pages d'atterrissage pour favoriser la conversion
- Comment optimiser votre taux de conversion Web ?
- Concevoir les autres pages du site

### JOUR 2

#### Construire un cahier des charges fonctionnel

- Comprendre l'intérêt d'un cahier des charges fonctionnel
- Les règles d'un cahier des charges pertinent
- Construire un cahier des charges

PRATIQUE

- L'architecture et la navigation
- Aspects graphiques et ergonomiques
- Aspects techniques
- Définir des étapes et un calendrier
- Mise en place d'outils d'analyse et de suivi
- Étude d'un cahier des charges fonctionnels

#### Le suivi de projet

- Après de votre équipe :
  - Définir et répartir les tâches du projet
  - Utiliser un diagramme de GANTT pour organiser et suivre votre projet
  - Gérer les retards et problèmes rencontrés
  - Tests et recettes

- Après de votre client
  - Le sensibiliser au diagramme de GANTT
  - Le sensibiliser à la rédaction sur le Web
  - Récupérer et organiser les contenus
  - Gérer les retards du client
  - Faire l'interface avec l'équipe

#### La mise en ligne du site web

- Organiser les relectures, tests et recettes
- Penser aux redirections web et aux adresses e-mails
- Mettre en place des règles de sauvegarde
- Mettre en place les outils de suivi (Google Analytics)



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !  
Lyon - Paris - Strasbourg // 09 72 31 12 27  
formations@tamento.com - www.tamento.com



## ► COMPRENDRE LANCER UN APPEL D'OFFRES WEB



### ► DÉFINITION

Ceux qui ont déjà fait l'acquisition d'un site web savent que les prix annoncés peuvent aller du simple au triple, voir souvent plus...

La raison tient à la fois des différents modes de développement de site et surtout de la difficulté à formuler clairement la demande. Cette formation propose de faire le tour des différents types de sites internet, des différents modes de production et décrit une méthode simple pour formuler son besoin, orienter les offres et faire le choix du partenaire.



### ► OBJECTIFS

- Concevoir sa stratégie web
- Concevoir son dispositif global

### ► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Responsables de campagne e-marketing

### ► COMPÉTENCES ACQUISES



Stratégie



Google Analytics



Rédaction



Référencement

1 JOUR  
8 HEURES

PARIS  
750 €HT

LYON  
650 €HT

STRASBOURG  
650 €HT

## ► LES ÉTAPES VERS LANCER UN APPEL D'OFFRES WEB

### JOURNÉE

#### DEMO

#### Définissez clairement vos objectifs

- Faire un état des lieux de l'existant
- Mesurer votre performance actuelle
- Faire une étude de marché
- Demander à ses visiteurs
- Concevoir sa stratégie web

#### Les différents types de sites web

- Les sites vitrines
- Les sites de commerce
- Les sites participatifs
- Les autres sites CMS or not CMS ?

#### Travaillez votre réseau social

#### DEMO

- Quel sera le rôle de votre nouvelle présence sur le web ?

#### DEMO

- Quels objectifs chiffrés lui attribuer ?

#### DEMO

- Quelle stratégie de contenu ? Quels besoins de rédaction ?

#### DEMO

- Quelle image ?
- Quels besoins de graphisme ?

#### PRATIQUE

- Quelles fonctionnalités ? Quels besoins de développement ?
- Comment allez vous gérer le site ? Quelle structure de maintenance ?
- Le projet : quel planning de développement ?
- Quels besoins de référencement ? De publicité ?

#### Comment sélectionner son partenaire ?

- Les différents types d'acteurs
- Les critères de choix importants pour vous
- Un acteur unique ou une équipe ?
- Anticiper le budget



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !  
Lyon - Paris - Strasbourg // 09 72 31 12 27  
formations@tamento.com - www.tamento.com



# GLOSSAIRE

Définitions des termes<sup>(13)</sup>

## WEB 2.0

Désigne le "web nouvelle génération", c'est-à-dire l'ensemble des fonctionnalités communautaires et collaboratives qui se sont fortement développées sur Internet.

## MASS MEDIA

Média de masse en français, la notion désigne un média qui se caractérise par sa forte audience.

## INTERNAUTES

Personnes ayant utilisé Internet au cours des trois derniers mois soit 96 % des individus ayant déjà accédé, un jour, à Internet.

Source: Définition INSEE, Juin 2013.

## GÉNÉRATION Y

En France, l'expression "Génération Y" désigne les personnes nées entre 1978 et 1994. Inventée en 1993 par le magazine Advertising Age, elle désigne la génération qui suit la "Génération X" (née approximativement entre 1965 et 1977).

Source: <http://lagenerationy.com/generation-y-definition/>

## RÉFÉRENCIEMENT

Terme désignant l'ensemble des techniques permettant d'être présent dans les résultats des moteurs de recherche et annuaires.

## RÉSEAUX SOCIAUX

Ensemble des sites internet permettant de se constituer un réseau d'amis ou de connaissances professionnelles en fournissant à leurs membres des outils et interfaces d'interactions, de présentation et de communication.

## COMMUNITY MANAGEMENT

Démarche qui consiste à surveiller, influencer, contrôler et défendre la réputation d'une personne ou d'une société sur Internet ou autres canaux ou médias à dimension communautaire.

## COMMUNITY MANAGER

Professionnel en charge du développement et de la gestion d'une communauté Internet. Le terme désigne également une personne en charge de la gestion de la réputation d'une responsable, d'une marque ou d'une société.

## E-REPUTATION

Image véhiculée et/ou subie par une entreprise ou une personne sur Internet et autres supports numériques.

## BUZZ

Phénomène ou technique de communication consistant à faire parler d'un produit ou d'un service avant même son lancement en entretenant un bouche à oreille savamment orchestré et des actuels ciblés auprès des leaders d'opinion.

## BAD BUZZ

Phénomène de "bouche à oreille" négatif qui se déroule généralement essentiellement sur Internet et qui est subi ou provoqué par une action initiale de la marque ou de la personne.

## TWEET

Petit message de 140 caractères maximum diffusé sur la plateforme Twitter.

## FOLLOWER

Est dit d'une personne étant abonné à un compte Twitter.

## FEEDBACK

Rétroaction en français, cela désigne les retours positifs ou négatifs auprès d'une marque, d'un site web ou d'une entreprise.

## VEILLE (INTERNET)

Processus de collecte, de surveillance, de partage et d'analyse d'informations recueillis sur Internet.

## WEBMARKETING

Ensemble des techniques marketing et publicitaires utilisées dans l'environnement Internet.

## INBOUND MARKETING

Principe par lequel une entreprise cherche à ce que ses prospects ou clients s'adressent naturellement ou spontanément à elle en délivrant des informations utiles ou des services à travers une politique de marketing relationnel.

## LEAD

Anglicisme utilisé pour désigner un contact commercial, c'est-à-dire un contact enregistré auprès d'un client potentiel (ou prospect, voir ci-dessous).

## PROSPECT

Il s'agit d'un client potentiel de l'entreprise.

## CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Les présentes Conditions Générales de Vente s'appliquent à toutes nos prestations de formation.

### ARTICLE 1 - INSCRIPTION

Toute inscription à une formation peut s'effectuer :

- Par télécopie au 09 72 31 27 43
- Par courrier électronique à l'adresse : [contact@tamento.com](mailto:contact@tamento.com)
- Par courrier à l'adresse :  
**TAMENTO**  
17 Place Tabareau  
69004 LYON

### ARTICLE 2 - TARIFS

Les prix de nos formations sont indiqués HORS TAXES et sont à majorer de la TVA et autres taxes légales en vigueur au jour de la facturation. Les prix comprennent l'animation, les supports pédagogiques ainsi qu'un forfait logistique comprenant le café d'accueil et le repas de midi. Ces tarifs peuvent être modifiés à tout moment et, notamment, en cas de changement des données fiscales ou économiques. Les factures sont établies conformément au tarif en vigueur au jour de la prestation, sauf dispositions contraires figurant au document contractuel.

### ARTICLE 3 - PAIEMENTS

Les paiements s'effectuent à réception de la facture, nets et sans escompte. Toute prestation commencée est due en totalité. En cas de règlement par un OPCA (Organisme Paritaire Collecteur Agréé), il appartient au client, solidairement débiteur, d'effectuer toutes les démarches et envoyer tous les documents nécessaires à l'établissement de son dossier et de transmettre à l'OPCA la demande de prise en charge avant le début de la formation. Ainsi, l'avis de prise en charge doit être envoyé à TAMENTO avant la fin de la prestation engagée. Dans le cas de refus de règlement par l'organisme désigné par le Client pour cause de défaut de prise en charge ou dans le cas où l'avis de prise en charge n'est pas parvenu à TAMENTO avant la fin de la prestation, TAMENTO facturera le Client directement et celui-ci s'engage à régler la ou les factures par retour de courrier. La facture émise fait office de convention de formation simplifiée.

### ARTICLE 4 - PÉNALITÉS DE RETARD

En cas de retard de paiement, seront exigibles, conformément à l'article L 441-6 du code de commerce, une indemnité calculée sur la base de trois fois le taux de l'intérêt légal en vigueur ainsi qu'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement de 40 euros.

### ARTICLE 5 - REMPLACEMENT ET ANNULATION

Remplacement : TAMENTO se réserve le droit de reporter une session au cas où le nombre de participants serait jugé pédagogiquement insuffisant. Aucune indemnité ne sera, alors, due par TAMENTO, par contre la totalité des droits d'inscription seront remboursés

L'annulation d'une inscription entraîne des conséquences négatives sur le déroulement d'un stage et peut conduire à sa suppression. Le participant peut, après avoir obtenu l'accord de TAMENTO, se faire remplacer sans frais jusqu'au matin du premier jour du stage.

Annulation : Toute annulation doit nous être adressée par lettre recommandée avec A/R et nous parvenir au plus tard 15 jours calendaires avant le début de la formation, la date de la présentation de la lettre à la poste faisant foi.

- Annulation au moins 15 jours calendaires avant le début du stage : remboursement de la formation sans frais

- Annulation entre 14 et 7 jours calendaires avant le stage :

remboursement du prix de la formation, déduction faite d'une indemnité forfaitaire à titre de dédit de 150 € HT par jour de formation.

- Annulation moins de 7 jours calendaires avant le stage :

remboursement du prix de la formation, déduction faite d'une indemnité forfaitaire à titre de dédit de 80 % du prix de la formation.

### ARTICLE 6 - CONDITIONS DE PARTICIPATION

Le stagiaire est placé par son entreprise, et pour la durée de la formation, dans le cadre de son contrat de travail, en tant que salarié. Il se conformera au règlement intérieur de l'organisme de formation.

TAMENTO pourra confier la conduite des actions de formation précisées au présent contrat à un autre organisme de formation avec lequel elle aura passé un contrat de sous-traitance.

### ARTICLE 7 - CONFIDENTIALITÉ

Les manuels et supports de cours font l'objet de la protection prévue par la loi et ne peuvent être reproduits sans autorisation expressément formulée. Les informations et le savoir-faire dispensés pendant les formations sont destinés à l'usage exclusif de l'auditeur

### ARTICLE 8 - LITIGES

Pour toutes contestations relatives aux prestations fournies par TAMENTO ainsi que pour l'application ou l'interprétation des présentes conditions générales de vente, seules seront compétentes les juridictions du ressort du siège social de TAMENTO.

Tous litiges seront exclusivement soumis à la loi française.



# TAMENTO FORMATION

# BULLETIN D'INSCRIPTION

À renvoyer par mail ou par courrier à l'adresse de la ville concernée

## FORMATION ::

.....  
.....  
.....

## PARTICIPANT ::

M. / Mme.

Fonction..... Service .....

Tel..... Fax.....

E-mail .....

## DATE DE LA SESSION ::

DU .. / .. / .. AU .. / .. / ..

## SOCIÉTÉ ::

Raison sociale ..... Activité.....

Effectif..... Nom du Directeur Marketing.....

N° TVA intra communautaire.....

Adresse .....

Code Postal..... Ville..... Tel.....

## LIEU DE LA FORMATION ::

- PARIS
- LYON
- STRASBOURG

## PRIX ::

.....

## VOTRE ACCORD//

Les soussignés acceptent les conditions ci-dessous.

Cachet et signature :

À..... le .....

## BESOIN D'AIDE ??

### CAROLINE JACOB

Tel. : 06 67 16 41 71

[contact@tamento.com](mailto:contact@tamento.com)  
[formations@tamento.com](mailto:formations@tamento.com)

[www.tamento.com](http://www.tamento.com)  
[www.blog.tamento.com](http://www.blog.tamento.com)

## CONDITIONS D'ANNULATION

**Jusqu'à 14 jours calendaires avant le début de chaque session**, le remboursement des droits d'inscription se fera sous déduction d'une retenue de 10% des frais de participation pour frais de dossier.

Après cette date, les frais de participation seront dus en totalité, mais les participants pourront se faire remplacer.

Toute annulation devra être confirmée par écrit : un accusé de réception sera adressé par retour.

Les organisateurs se réservent le droit de reporter la session si des circonstances externes les y obligent.

## CONDITIONS DE RÈGLEMENT

50% d'acompte à la commande et le solde à l'issue de la formation.

### MOYENS DE PAIEMENT

- Par chèque à l'ordre de **TAMENTO**
- Par virement bancaire :
  - Code établissement : 16807
  - Code guichet : 00400
  - Compte : 81252553214
  - Clé RIB : 94
  - Banque : BPAURA CROIX-ROUSSE



---

**TAMENTO PARIS**

142 rue de Rivoli  
75001 LYON

Tel : +33 1 74 90 04 04

Fax : +33 9 72 31 27 43

---

**TAMENTO LYON**

69 boulevard des canuts  
69004 LYON

Tel : +33 4 67 57 10 39

Fax : +33 9 72 31 27 43

---

**TAMENTO STRASBOURG**

Tel : +33 4 67 57 10 39

Fax : +33 9 72 31 27 43

[www.tamento.com](http://www.tamento.com)

---