



FORMATIONS DIPLÔMANTES DANS LES METIERS DU WEB

DIPLÔMES D'INTÉGRATEUR WEB ET DE FRONT-END DÉVELOPPEUR

Certification Digital Marketing Manager

1 MARKETING DIGITAL : CONCEPTS ET STRATEGIES

1. Inbound Marketing
2. Génération du trafic
3. Principe de l'entonnoir
4. Tunnels de conversion
5. Acquisition et fidélisation des visiteurs

2 EDITION D'UN BLOG ET GESTION DE CONTENU

1. Stratégie Corporate
2. Public-cible et concept de Persona
3. Création et édition d'un blog Wordpress
4. Recherche, Abonnement et Publication de contenu

3 CREATION ET GESTION D'UN PROFIL LINKEDIN

1. Personal marketing. Edition d'un profil
2. Options Emploi, Business, Recruiters
3. Choix des contacts, qualité du réseau de relation

4 GESTION DES RESEAUX SOCIAUX

1. Facebook : Création d'une page Facebook Business
2. Fonctionnement de Facebook Business Manager
3. Facebook Marketing & Advertising. Gestion des Ads.
4. Gestion d'une communauté Online
5. Twitter

5 YOUTUBE

1. Channels Youtube. Influenceurs et Vloggers
2. Production vidéo : Prod et Post-prod
3. Publication sur Youtube et autres réseaux sociaux



Pré-requis

connaissances outils bureau

HTML5 un atout pour le module

SEO

Organisation

Durée : 25 jours

Horaire : 14.00 -18.00

Inscriptions : Entretien, CV

6 SEO (SEARCH ENGINE OPTIMISATION)

1. On-site SEO
2. Facteurs structurels de l'expérience-utilisateur qui affectent le classement dans les recherches
3. Facteurs de la programmation dans le code source qui affectent le classement de recherches
4. Définir une structure sémantique de l'information pour chaque page
5. Utilisation des balises sémantiques pour hiérarchiser le contenu éditorial
6. Utilisation des balises sémantiques pour structurer les pages web. Les balises meta.
7. Utilisation de microdata et microformat. (schema.org)
8. Test des microdonnées avec Google Rich Snippets Tester Tool
9. SEO pour les sites mobile. Balises viewport et mobile-web-app-capable

7 GOOGLE ADS : ADWORDS ET ADSENSE (SEA)

1. Display / Search
2. Ciblage / Retargetting
3. Pages de conversions
4. Créer sa campagne google AdWords (SEA)
5. Créer une stratégie de mots clés
6. Créer sa campagne et ses groupes d'annonces
7. Créer ses annonces
8. Paramétrages et mise en place des indicateurs clés

8 OUTILS DE MESURE D'AUDIENCE ET D'ANALYSE GOOGLE ANALYTICS ESSENTIALS

1. Introduction à l'analytique digitale
2. Fonctionnement de Google Analytics
3. L'analyse de base : Données, filtres, rapports
4. Administration des comptes et des utilisateurs
5. Mesure des campagnes personnalisées
6. Analyse de la conversion-1 : les objectifs
7. Analyse de la conversion-2 : le e-commerce
8. Tracking des interactions et autres besoins techniques



Pré-requis

connaissances outils bureau
HTML5 un atout pour le module
SEO

Organisation

Durée : 25 jours
Horaire : 14.00 -18.00
Inscriptions : Entretien, CV

9 ADVANCED GOOGLE ANALYTICS

1. Analyses avancées
2. Génération de rapports et de Dashboards
3. Interprétation des rapports
4. Collecte et traitement de données
5. Outils et techniques d'analyses avancées
6. Outils de marketing avancés
7. Remarketing dynamique

10 CERTIFICATION GOOGLE ANALYTICS

1. Le système de Certification Google Analytics (GAIQ)
2. Préparation et Questionnaires
3. Ressources
4. Inscription à la Google Academy for Ads
5. Test de certification