



PUBLIC

Autoentrepreneur/TPE souhaitant développer sa clientèle via les outils digitaux



PRÉ-REQUIS

Être familiarisé avec l'utilisation d'un micro-ordinateur et Windows



DURÉE

1 jour - 7 heures



MODALITÉS

Présentiel



TYPE DE VALIDATION

Certificat de réalisation
Attestation de fin de formation

» RÉSULTATS ATTENDUS

- Connaître les principaux outils digitaux/web pour développer sa clientèle, en restant cohérent et pertinent par rapport à son activité

» OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Avoir une meilleure vision des possibilités qu'offrent le digital en termes de développement commercial
- Savoir quels outils sont pertinents pour son activité et savoir par quoi commencer

» MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Le point de vue d'une personne qui souhaiterait lancer une nouvelle activité sera utilisé comme fil conducteur.
- Alternance de travail individuel, accompagnement du formateur et des échanges en groupe (restitution collective des plans d'action).



DATES ET LIEUX

Nous consulter



TARIFS
375 € HT
450 € TTC



INTERVENANT
Vincent PEREIRA



Lieux aménagés et modalités adaptées pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes en situation de handicap.

PROGRAMME

SITE WEB : OUTIL INDISPENSABLE OU DEPASSÉ ?

- Les questions clés à se poser (cahier des charges)
- Les bases du référencement naturel (SEO)
- Plateforme ou prestataire : avantages et inconvénients des deux approches

LES MEDIAS SOCIAUX

- Panorama des réseaux sociaux, plateformes et messageries : identification de la sociologie de chaque outil (tranche d'âges, type d'utilisation...)
- Le fonctionnement des algorithmes et leurs impacts sur la visibilité des publications
- Publications organiques et publications sponsorisées
- Le pouvoir de l'image : stories, vidéo, live...
- Bonnes pratiques et erreurs courantes

NEWSLETTER ET EMAILING

- Différences d'approches
- Les plateformes dédiées
- Bonnes pratiques pour récupérer les adresses mails et le consentement des prospects et clients
- Les occasions de communication par mail

REFERENCEMENT LOCAL

- Google my business
- Les plateformes d'avis

FORMALISATION DE LA STRATEGIE EDITORIALE

- Profilage et ciblage
- Validation de la ligne éditoriale à déployer (sujets, tonalités, angle)

VALIDATION D'UN PLAN D'ACTION SUR 6 MOIS

- Planification
- Lancement multi-canal
- Indicateurs de suivi