

En résumé

Une stratégie web performante a pour objectif de construire une relation durable avec les clients et prospects de l'entreprise.

A l'heure du collaboratif et du conversationnel, le site n'est plus seul à porter l'image et l'offre.

En conséquence la mesure du retour sur investissement se complexifie.

L'animation des communautés sur le Web est primordiale..

Objectifs :

Acquérir les outils nécessaires pour gérer, développer et animer les réseaux sociaux et la visibilité de son entreprise sur internet.

Prérequis :

Se référer aux prérequis des modules de formation concernés par ce cycle.

Participants :

Toute personne se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à cette fonction.

3 735 €

Ce prix est net de taxe et intègre une remise de 10% pour la totalité du cycle de formation.



soit 63 heures. Démarrage à tout moment de l'année selon planification des modules pressentis.



Moyens pédagogiques et d'encadrement

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

CCI Formation met à disposition de ses clients l'ensemble des moyens pédagogiques et techniques nécessaires à l'exécution de cette formation conformément aux éléments présentés dans chaque formation associée à ce cycle.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Suivi de l'action

Le suivi de l'action se fera conformément aux éléments présentés dans chaque formation associée à ce cycle.

Accompagnement

Chaque stagiaire bénéficiera d'un accompagnement personnalisé afin d'adapter, si nécessaire, le cycle de formation à ses besoins en développement de compétences dans un objectif de professionnalisation.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.

Modules obligatoires

Rôle et missions du Community Manager

— 1 journée soit 7 heures

Rôle et missions du Community Manager - Classe virtuelle

— 1 journée, soit 7 heures

Piloter les actions de communication de l'entreprise - Formation certifiante

— 4 jours, soit 28 heures

Piloter les actions de communication de l'entreprise - Formation certifiante - Classe virtuelle

— 4 jours, soit 28 heures

Construire sa stratégie de communication grâce aux réseaux sociaux

— 1 jour soit 7 heures

Maîtriser l'image de son entreprise : l'e-réputation

— 1 jour, soit 7 heures

Booster la visibilité de son site Internet et générer un trafic qualifié

— 4 jours soit 28 heures



Objectifs :

- Identifier la place et les missions du Community Manager.
- Connaitre les fonctionnalités des différents réseaux sociaux.
- Repérer les bonnes pratiques pour créer et animer sa communauté.
- S'approprier une boîte à outils "Community Manager".

Prérequis :

- Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Participants :

- Toute personne se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à cette fonction.

Effectifs :

- L'effectif maximum est de 12 personnes.

Intervenants :

- Formation animée par un consultant formateur, spécialisé dans le domaine du webmarketing.
- Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Le contenu

1. Identifier les missions du Community Manager

- La place du Community Manager.
- Ses compétences.
- Ses savoir-faire et savoir être.

2. Prendre en main les différents réseaux sociaux et leurs fonctionnalités

- Panorama des réseaux sociaux.
- Leur paramétrage
- Gérer son e-réputation.

3. Définir une stratégie de présence sur le Web


- Les étapes clés

4. Connaitre les règles des publications

400 €
Net de taxe par personne

N2 COMMUNITYMAN 18-C23


1 journée soit 7 heures


Appartient au(x) cycle(s) :
Cycle Community Manager

Dates et villes
Grenoble - 04 76 28 29 28
Sessions à venir - Nous contacter



5. Acquérir les bonnes pratiques

Créer sa boîte à outils du Community Manager

Savoir créer et animer une communauté

Organiser la veille sur les réseaux sociaux

6. Analyser les statistiques en rapport avec ses objectifs

Analyse des KPIs

Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

CCI Formation met à disposition de ses clients l'ensemble des moyens pédagogiques nécessaires à l'exécution de cette formation conformément aux éléments présentés.

La méthode pédagogique proposée est active, favorisant la participation et l'implication de chaque participant, ainsi que les échanges au sein du groupe (alternance de tours de table, apports théoriques, étude et validation de documents).

Discussions et échanges sur les pratiques.

Alternance de courts exposés théoriques et d'applications pratiques.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Suivi de l'action

Le suivi de l'action se fera à distance avec le formateur qui attestera de la présence des stagiaires.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.



Rôle et missions du Community Manager - Classe virtuelle

Environnement digital - webmarketing - 2025

Objectifs :

- Identifier la place et les missions du Community Manager.
- Connaitre les fonctionnalités des différents réseaux sociaux.
- Repérer les bonnes pratiques pour créer et animer sa communauté.
- S'approprier une boîte à outils "Community Manager".

Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Participants :

Toute personne se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à cette fonction.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 8 personnes.

Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur spécialisé dans le domaine du webmarketing.
Tous nos consultants formateurs répondent aux exigences de notre système qualité.

Le contenu

1. Identifier les missions du Community Manager

La place du Community Manager.
Ses compétences.
Ses savoir-faire et savoir être.

2. Prendre en main les différents réseaux sociaux et leurs fonctionnalités

Panorama des réseaux sociaux.
Leur paramétrage.
Gérer son e-réputation.

3. Définir une stratégie de présence sur le Web

Les étapes clés.

400 €

Net de taxe par personne

N2 COMMUNITYMANCV 20-B23



1 journée, soit
7 heures



Formation à
distance



Classe
virtuelle



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Manager

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

- ven 19 sep 2025



4. Connaître les règles des publications

5. Acquérir les bonnes pratiques

Créer sa boîte à outils du Community Manager.

Savoir créer et animer une communauté.

Organiser la veille sur les réseaux sociaux.

6. Analyser les statistiques en rapport avec ses objectifs

Analyse des KPIs.



Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

CCI Formation met à disposition de ses clients l'ensemble des moyens pédagogiques nécessaires à l'exécution de cette formation conformément aux éléments présentés.

La méthode pédagogique proposée est active, favorisant la participation et l'implication de chaque participant, ainsi que les échanges au sein du groupe (alternance de tours de table, apports théoriques, étude et validation de documents).

Discussions et échanges sur les pratiques.

Alternance de courts exposés théoriques et d'applications pratiques.

Cette formation est organisée à distance, en classe virtuelle via la solution TEAMS.

Un lien d'accès, un guide d'utilisation pour votre première connexion ainsi que les coordonnées des supports pédagogiques et techniques vous seront communiqués par e-mail en amont de la formation.

Matériel requis

Disposer d'un ordinateur avec une connexion à Internet, d'une webcam et d'un système audio.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Suivi de l'action

Le suivi de l'action se fera à distance avec le formateur qui attestera de la présence des stagiaires.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.



Piloter les actions de communication de l'entreprise - Formation certifiante

Environnement digital - webmarketing - 2025

En résumé

Le numérique, un outil de croissance pour votre entreprise.

A l'issue de la formation, vous pourrez valider la certification "Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise", (Certificat de Compétences en Entreprise-CCE) inscrite au répertoire spécifique de France Compétences sous le n° 5374 et délivrée par CCI France depuis le 17/03/2021.

Cette formation est éligible au CPF. Inscrivez-vous sur "[Mon Compte Formation](#)".

Objectifs :

- Identifier et planifier un projet de communication digitale.
- Produire et mettre en œuvre du contenu adapté à la communication digitale.
- Mesurer les résultats et contribuer au développement de la communication digitale.

Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Prérequis pour la certification : Le certificat de compétence en entreprise est accessible à toute personne pouvant démontrer qu'elle exerce ou a exercé une mission effective liée au CCE concerné en milieu professionnel et/ou extraprofessionnel (ayant suivi ou non une formation préalable sur cette thématique).

Participants :

Dirigeant(e), personne en charge du web, du marketing, de la communication digitale.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur spécialisé dans le domaine du webmarketing.
Tous nos consultants formateurs répondent aux exigences de notre système qualité.


Le contenu

1 480 €
Net de taxe (hors certification)


N1 ACTNUM 19-F24

 4 jours, soit 28 heures

 Certificat de compétences en entreprise (CCE)

 Éligible au CPF

 Formation certifiante

 Appartient au(x) cycle(s) :
Cycle Community Manager

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

- jeu 11 sep 2025, jeu 18 sep 2025, jeu 25 sep 2025, jeu 02 oct 2025



1. Analyse du positionnement en ligne, des outils et canaux de communication

Les principes du marketing digital.
Le positionnement.
Les canaux de communication numérique.
L'impact du digital dans sa communication.

2. Planification d'un projet de communication numérique

Définition des objectifs et priorisation des actions.
Formalisation de l'écosystème web pour faire apparaître les différents points de contact.
Planification des publications digitales.

3. Identification des moyens humains et financiers

Élaboration d'un circuit éditorial adapté à ses moyens (Workflow Editorial).
Identifier des prestataires externes.
Estimer les coûts.

4. De la stratégie digitale à la formalisation : le cahier des charges

Les objectifs poursuivis.
Le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales.

5. Elaboration des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique

Insertion du contenu multimédia à travers les différents canaux.
Structurer son discours et construire des contenus adaptés à chaque canal de communication.

6. Gestion de l'évolution et de la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise

Adaptation de son arborescence pour réorganiser ses contenus.
Optimisation de l'ergonomie de son site pour augmenter la conversion de ses visiteurs en clients.
Utilisation des gabarits de contenu pour gagner en confort rédactionnel.
Gain en visibilité sur les moteurs de recherche : SEO et SEA.

7. Pilotage des modalités d'animation de la relation clients / utilisateurs sur les supports de communication numérique

Les fondamentaux de l'identité numérique et de la e-réputation.
Surveiller ce qui se dit sur vous : est-ce possible ?
Mise en place d'une veille active : analyser, engager la conversation.
Réponse aux avis.
Préparation de sa stratégie de réponse aux avis.
Les bonnes pratiques pour animer sa communauté : règles de conduite, convivialité, respect mutuel.



8. Construction des tableaux de bord et des indicateurs de suivi

Quels sont les KPI (indicateurs clés de performance) ?

Comment construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie ?

Mise en pratique : définir les indicateurs en fonction des facteurs clés de succès pour atteindre l'objectif.

9. Analyse de l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise

Analyse de la fréquentation, les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience.

Mesure du Retour sur investissement.

Définition des jalons de la surveillance des indicateurs de suivi.

Analyse des écarts entre les résultats attendus et les résultats mesurés.

10. Définition des mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées

Identification des causes et origines des écarts.

Construction d'un plan d'action.



Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

CCI Formation met à disposition de ses clients l'ensemble des moyens pédagogiques nécessaires à l'exécution de cette formation conformément aux éléments présentés.

Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

Nombreux exemples et analyses de cas concrets. Zoom sur les mots clés.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Cette formation peut être sanctionnée par la certification «Certificat de Compétences en Entreprise (CCE): "Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise" inscrite au Répertoire spécifique de France Compétences et délivrée par CCI France.

Suivi de l'action

Une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Dans le cas où vous mobilisez votre CPF (Compte Personnel de Formation) pour financer cette formation, l'inscription est possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent.

Partenaires



5 - 7 Place Robert Schuman - 38000 Grenoble - France
T. 04 76 28 29 28 - F. 04 76 28 29 78 - cciformation@grenoble.cci.fr
www.cciformation-grenoble.fr
Siret : 183 830 017 00236 - Code NAF : 8532Z



■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification qualité a été délivrée au titre
des catégories d'actions suivantes :
ACTIONS DE FORMATION
ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE



n° 000 743 4



Piloter les actions de communication de l'entreprise - Formation certifiante - Classe virtuelle

Environnement digital - webmarketing - 2025

En résumé

Le numérique, un outil de croissance pour votre entreprise.

A l'issue de la formation, vous pourrez valider la certification "Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise", (Certificat de Compétences en Entreprise-CCE) inscrite au répertoire spécifique de France Compétences sous le n° 5374 et délivrée par CCI France depuis le 17/03/2021.

Cette formation est éligible au CPF. Inscrivez-vous sur "[Mon Compte Formation](#)".

Objectifs :

- Identifier et planifier un projet de communication digitale.
- Produire et mettre en œuvre du contenu adapté à la communication digitale.
- Mesurer les résultats et contribuer au développement de la communication digitale.

Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Prérequis pour la certification : Le certificat de compétence en entreprise est accessible à toute personne pouvant démontrer qu'elle exerce ou a exercé une mission effective liée au CCE concerné en milieu professionnel et/ou extraprofessionnel (ayant suivi ou non une formation préalable sur cette thématique).

Participants :

Dirigeant(e), personne en charge du web, du marketing, de la communication digitale.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur spécialisé dans le domaine du webmarketing.
Tous nos consultants formateurs répondent aux exigences de notre système qualité.

Le contenu

1 480 €
Net de taxe (hors certification)

N1 ACTNUM CV23-B24

 4 jours, soit 28 heures

 Certificat de compétences en entreprise (CCE)

 Éligible au CPF

 Formation certifiante

 Formation à distance

 Appartient au(x) cycle(s) :
Cycle Community Manager

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

- jeu 11 déc 2025, ven 12 déc 2025, jeu 18 déc 2025, ven 19 déc 2025



1. Analyse du positionnement en ligne, des outils et canaux de communication

Les principes du marketing digital.
Le positionnement.
Les canaux de communication numérique.
L'impact du digital dans sa communication.

2. Planification d'un projet de communication numérique

Définition des objectifs et priorisation des actions.
Formalisation de l'écosystème web pour faire apparaître les différents points de contact.
Planification des publications digitales.

3. Identification des moyens humains et financiers

Élaboration d'un circuit éditorial adapté à ses moyens (Workflow Editorial).
Identifier des prestataires externes.
Estimer les coûts.

4. De la stratégie digitale à la formalisation : le cahier des charges

Les objectifs poursuivis.
Le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales.

5. Elaboration des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique

Insertion du contenu multimédia à travers les différents canaux.
Structurer son discours et construire des contenus adaptés à chaque canal de communication.

6. Gestion de l'évolution et de la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise

Adaptation de son arborescence pour réorganiser ses contenus.
Optimisation de l'ergonomie de son site pour augmenter la conversion de ses visiteurs en clients.
Utilisation des gabarits de contenu pour gagner en confort rédactionnel.
Gain en visibilité sur les moteurs de recherche : SEO et SEA.

7. Pilotage des modalités d'animation de la relation clients/utilisateurs sur les supports de communication numérique

Les fondamentaux de l'identité numérique et de la e-réputation.
Surveiller ce qui se dit sur vous : est-ce possible ?
Mise en place d'une veille active : analyser, engager la conversation.
Réponse aux avis.
Préparation de sa stratégie de réponse aux avis.
Les bonnes pratiques pour animer sa communauté : règles de conduite, convivialité, respect mutuel.



8. Construction des tableaux de bord et des indicateurs de suivi

Quels sont les KPI (indicateurs clés de performance) ?

Comment construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie ?

Mise en pratique : définir les indicateurs en fonction des facteurs clés de succès pour atteindre l'objectif.

9. Analyse de l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise

Analyse de la fréquentation, les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience.

Mesure du Retour sur investissement.

Définition des jalons de la surveillance des indicateurs de suivi.

Analyse des écarts entre les résultats attendus et les résultats mesurés.

10. Définition des mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées

Identification des causes et origines des écarts.

Construction d'un plan d'action.



Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

CCI Formation met à disposition de ses clients l'ensemble des moyens pédagogiques nécessaires à l'exécution de cette formation conformément aux éléments présentés.

Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

Nombreux exemples et analyses de cas concrets. Zoom sur les mots clés.

Cette formation est organisée à distance, en classe virtuelle via la solution TEAMS.

Un lien d'accès, un guide d'utilisation pour votre première connexion ainsi que les coordonnées des supports pédagogiques et techniques vous seront communiqués par e-mail en amont de la formation.

Matériel requis

Disposer d'un ordinateur avec une connexion à Internet, d'une webcam et d'un système audio.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Cette formation peut être sanctionnée par la certification «Certificat de Compétences en Entreprise (CCE): "Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise" inscrite au Répertoire spécifique de France Compétences et délivrée par CCI France.

Suivi de l'action

Une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Dans le cas où vous mobilisez votre CPF (Compte Personnel de Formation) pour financer cette formation, l'inscription est possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent.

Partenaires



5 - 7 Place Robert Schuman - 38000 Grenoble - France
T. 04 76 28 29 28 - F. 04 76 28 29 78 - cciformation@grenoble.cci.fr
www.cciformation-grenoble.fr
Siret : 183 830 017 00236 - Code NAF : 8532Z



n° 000 743 4

Construire sa stratégie de communication grâce aux réseaux sociaux

Environnement digital - webmarketing - 2025

En résumé

Votre entreprise utilise les réseaux sociaux et vous souhaitez intensifier cette démarche : définir votre stratégie, mesurer son efficacité, recruter et fidéliser vos clients ?

Notre formation d'une journée vous accompagnera dans votre projet.

Objectifs :

Définir une stratégie de communication via les réseaux sociaux.

Intensifier sa présence sur le net.

Recruter et fidéliser des clients.

Mesurer un retour sur investissement.

Prérequis :

Aucun prérequis n'est exigé pour suivre cette formation.

Participants :

Tout responsable ou collaborateur d'entreprise souhaitant rendre la présence de son entreprise sur les réseaux sociaux plus efficace.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, expert dans le référencement et le web-marketing.

Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Le contenu

1. Identifier les réseaux sociaux adaptés à l'entreprise

Panorama des médias sociaux.

Comment choisir ses plateformes sociales ?

Les limites des réseaux*

400 €

Net de taxe par personne

N1 BOOSTACTRES2 16-E24



1 jour soit 7 heures



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle E-Commerce

Cycle Community Manager

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

- ven 13 juin 2025
- ven 14 nov 2025



2. Recruter, fidéliser des clients via les réseaux sociaux

Toucher sa cible.

Recruter avec Facebook ou X.

Fidéliser les internautes à sa marque`

3. Animer une communauté autour de sa marque, son site

Les bonnes pratiques du Community Manager.

Les stratégies qui mènent à l'échec.

La gestion des retours négatifs, des Bad buzz`

4. Mesurer l'impact des campagnes sociales

L'analyse des retours de trafic.

Les systèmes de mesure pertinents.

Augmenter son retour sur investissement`

Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

Définition d'une stratégie.

Zoom sur les fonctionnalités avancées de Facebook, Instagram, LinkedIn et X..

Outils pour communiquer efficacement sur les réseaux sociaux.

Conseils individualisés.

Moyen d'appréciation de l'action

Lors de la formation, les participants sont soumis à des mises en situation, des exercices pratiques, des échanges sur leurs pratiques professionnelles permettant un contrôle continu de leur progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Suivi de l'action

Lors de l'exécution de la formation, une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le/la stagiaire.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référente pour que nous étudions votre demande.

Partenaires



5 - 7 Place Robert Schuman - 38000 Grenoble - France
T. 04 76 28 29 28 - F. 04 76 28 29 78 - cciformation@grenoble.cci.fr

www.cciformation-grenoble.fr

Siret : 183 830 017 00236 - Code NAF : 8532Z



Maîtriser l'image de son entreprise : l'e-réputation

Environnement digital - webmarketing - 2025

En résumé

A l'heure où l'un des premiers réflexes que nous avons en rencontrant une nouvelle personne est de la "Googliser" (rechercher de l'information sur Google), une attention particulière doit être portée à votre image sur le web.

Comment maîtriser les informations disponibles ?

Comment gérer les informations rédigées sur vous sans votre consentement ?

Objectifs :

Comprendre la problématique de l'e-réputation.

Apprendre à surveiller son image.

Savoir réagir en cas de crise.

Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Participants :

Dirigeant(e), personne chargée du marketing, de la communication et en charge du site Internet.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur spécialisé dans le référencement et le web-marketing.

Tous nos consultants formateurs répondent aux exigences de notre système qualité.

Le contenu


1. Introduction


Les différents moyens de communication web.

Les modes de consommation du média Internet.

390 €
Net de taxe par personne

N1 CONTREPUT 15-E24


1 jour, soit 7 heures


Appartient au(x) cycle(s) :
Cycle Community Manager

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

- mar 09 déc 2025

2. E-réputation et réseaux sociaux

Définition et présentation des réseaux sociaux.

Us et coutumes sur ces réseaux.

Droit d'auteur, propriété intellectuelle, droit à l'image sur Internet.

Les aspects juridiques de l'e-réputation.

3. Comment maîtriser sa visibilité personnelle

Je ne veux pas être visible.

Maîtriser l'information personnelle accessible via les différents réseaux sociaux.

4. Veille et monitoring du web

Surveiller ce qui se dit sur vous : est-ce possible ?

Mettre en place une veille active, analyser, engager la conversation.

Comment utiliser son droit de réponse.

Comment "noyer" les retours négatifs.

L'impact sur votre "réputation Google".

5. Etude de cas



Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

CCI Formation met à disposition de ses clients l'ensemble des moyens pédagogiques nécessaires à l'exécution de cette formation conformément aux éléments présentés.

Zoom sur les réseaux professionnels.

Outillage pour la veille et l'analyse de son e-réputation.

Conseils individualisés.

Nombreux exemples et analyses.

Ateliers pratiques.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Suivi de l'action

Une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.



Booster la visibilité de son site Internet et générer un trafic qualifié

Environnement digital - webmarketing - 2025

Objectifs :

- Construire une stratégie de visibilité et de trafic
- Comprendre et créer des contenus optimisés pour le référencement naturel
- Créer et gérer des campagnes Google Ads
- Mesurer les performances de son site internet avec GA4

Prérequis :

- Avoir un site internet réalisé avec un CMS Open Source (Wordpress, Prestashop...)
- Avoir un compte Google Analytics permettant de suivre le trafic du site
- Avoir un compte Google Ads ouvert ou un moyen de paiement entreprise (CB) qui permettra d'ouvrir le compte

Participants :

Formation animée par un consultant formateur, spécialisé dans le domaine de l'environnement digital. Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 8 personnes.

Le contenu

1. Comprendre le référencement

- Définition et lexique
- Les enjeux du référencement
- Fonctionnement des moteurs de recherche - L'algorithme Google
- Résultats de la SERP et usages des internautes

2. Les fondamentaux du référencement

- Les éléments du référencement : SEA / SEO / SMO
- Contexte concurrentiel et données on site
- L'importance de Google My Business pour le référencement local
- Rôle du blog – zones tièdes, froides, chaudes
- Cas du e-commerce

1 480 €
Net de taxe par personne

N3 VISITE 24-A24


4 jours soit 28 heures


Appartient au(x) cycle(s) :
Cycle Community Manager

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

Sessions à venir - Nous contacter



3. Auditer son site internet

Audit de référencement : stratégie, contenu, webdesign, navigation, fonctionnalités, technique

Les outils d'audit : alyze, yooda, sem rush, google search console

Analyse de l'audit et préconisations

4. Etudier ses mots clés

Les différents types de requête

L'étude des mots clés : évaluer l'intérêt

L'étude des mots clés : évaluer l'intensité de la concurrence

Les outils : Yooda, Planificateur de mots clés Google Ads

5. Sélectionner ses mots clés

Stratégie de mots clés : longue traîne et courte traîne

Pages piliers et cocons sémantique

Sélectionner ses mots clés et faire son plan de contenu

6. Rédiger un contenu optimisé pour le référencement

Rédiger pour susciter l'intérêt de l'internaute

Plan et règles de rédaction web

Rédiger « google friendly » : la chek list à respecter

Rédiger les métadonnées

Exercice de rédaction et correction

7. Les fondamentaux du référencement payant (SEA)

Principes du SEA / Avantages du SEA

Les différents types de campagne

Importance des mots clés

Système d'enchères

Le Quality Score : lien entre mot clé, annonce, page d'atterrissage

Les indicateurs essentiels : CPC, CTR, Clics, Conversions, CPA

8. Découverte de l'interface Google Ads

Le mode expert : les différentes zones

La structure du compte et l'arborescence du compte

Comment organiser son compte

9. Créer une campagne Google Ads

Sélectionner les mots clés (plan) – les mots clés à exclure

Fixer le budget

Rédiger les annonces – Diagnostic des annonces, période d'apprentissage

Créer les composants

Paramétrer les recommandations automatiques

Contrôler les paramétrages de campagnes

Cas des balises de conversion



10. Mesure et optimisation d'une campagne Google Ads

Optimiser une campagne active : points de vigilance, récapitulatif des optimisations

Analyser les dépenses Google Ads : gestion de la facturation, optimisation des enchères

Lier Adwords et Analytics

Les rapports Adwords : extraction et analyse des KPI

11. Mesure de la performance du site

Quelles mesures pour quels objectifs ?

Mesure du trafic : Interface GA 4. Lexique GA4

Principaux KPI de mesure : volume de trafic, nouveaux visiteurs, origines de trafic, performance des contenus, points de vigilance

Mesure du référencement naturel (SEO): positions 'acquises, perdues », comparaisons avec les concurrents, métriques de la search console

Points de vigilance pour maintenir la performance : SEO / SEA

Outil de mise en forme des mesure : Looker Studio

Méthodes, moyens et suivi

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.

