

être connu et reconnu sur le web

formation-action à la communication par internet et au SEO¹

À qui s'adresse cette formation ?

Personnes de TPE, startups, PME, organisations, associations qui souhaitent communiquer efficacement via internet tout en maîtrisant efforts, budget et temps passé.

Mais aussi personnes sans besoin professionnel ou associatif immédiat mais qui souhaitent maîtriser les bases de la communication sur internet.

Délibérément, cette formation cible les “non geeks”.

Objectifs pédagogiques

L'ensemble de la communication via internet est abordé, du nom de domaine à la publicité payante en passant par le mail, les sites web et les moteurs de recherche ainsi que les réseaux sociaux.

Cette formation-action est structurée en 2 parties :

- La première partie² est une formation qui a pour objectif de connaître les principes et des moyens simples d'action pour être visible, vu, compris et mémorisé sur internet.
- La seconde partie³ est une mise en pratique avec accompagnement pédagogique.
 - Si le participant a déjà une présence sur internet :
avec le suivi et les conseils du formateur, le participant diagnostique ses propres situations et communications actuelles puis il prépare son plan d'amélioration.
A l'issue de cette phase, le formateur récapitule les notions les plus importantes dans le contexte du participant.
 - Si le participant a un projet de présence sur internet :
avec le suivi et les conseils du formateur, le participant structure sa démarche de communication sur internet puis il prépare son plan d'actions.
A l'issue de cette phase, le formateur récapitule les notions les plus importantes dans le contexte du participant.



¹ SEO : Search Engine Optimization c'est à dire optimisation de la visibilité sur les moteurs de recherche

² Pour les 2 modalités “1 journée” et “1/2 journée” (voir infra)

³ Exclusivement pour la modalité “1 journée”

Contenu et progression pédagogiques

Partie formation⁴

Principes de la visibilité sur le web

Identifier vos cibles sémantiques

- Détecter vos concurrents sémantiques

Choisir vos canaux de communication web et y être efficace : accès direct, mail, site web moteurs de recherche, réseaux sociaux, publicité payante

- principaux points-clef à respecter ainsi que les erreurs à ne pas commettre, y compris les aspects cybersécurité et données personnelles (RGPD / GDPR)
- structurer un site et rédiger des pages web afin d'être trouvé (SEO) et compris de ses visiteurs
- aspects techniques améliorant la visibilité et la lisibilité

Choisir une stratégie de communication sur internet

Vérifier son efficacité

Partie mise en pratique avec accompagnement pédagogique⁵

Travail en groupe

- choix de la stratégie de communication
- auto-diagnostic de la situation actuelle⁶
- échanges autour d'exemples
- construction des grandes lignes du plan d'actions et/ou d'amélioration
- récapitulatif des notions les plus importantes dans le contexte des participants

Méthodes et moyens pédagogiques

L'animation est très dynamique et sans jargon.

Des aller-retours sont effectués entre la présentation, des exemples concrets et les cas réels des participants.

Les interactions entre les participants et le formateur sont privilégiées.

Le support de formation (incluant une courte bibliographie) est remis aux participants ainsi qu'une check-list opérationnelle des diagnostics et actions.

Pré-requis

Maîtrise des outils bureautique courants y compris navigation sur le web.

⁴ Pour les 2 modalités "1 journée" et "1/2 journée" (voir infra)

⁵ Exclusivement pour la modalité "1 journée"

⁶ Lorsque les participants ont déjà débuté leur présence sur internet

Durée et modalités

Cette formation peut s'effectuer suivant 2 modalités

Durée	Modalités
1 journée	1^{ère} demi-journée : formation 2^{nde} demi-journée : mise en pratique avec accompagnement pédagogique - diagnostic de la situation actuelle ou structuration du projet de présence sur internet - préparation du plan action
1/2 journée	Formation

Langue

L'intervention peut s'effectuer indifféremment en français ou anglais.

Toutefois les documents utilisés comme support de formation et remis aux participants sont francophones.

Format & lieu

Cette formation peut se dérouler indifféremment dans une salle avec le formateur et les participants ou bien en visioconférence. La salle doit être équipée d'un équipement de projection vidéo.

Dans le cas d'une visioconférence, pour un meilleur confort et une meilleure attention des participants, il est recommandé que la modalité "1 journée" se déroule en 2 sessions non contiguës.

innotelos intervient partout en France, en Europe et dans le bassin méditerranéen.

Si le client commanditaire ne dispose pas d'un local adéquat, innotelos peut se charger de la réservation et de la location d'une salle⁷.

Dispositif de suivi de l'exécution et d'évaluation des résultats de la formation

Feuilles de présence (formation en salle) ou liste des participants à la visioconférence

Travail sur cas réels des participants⁸

Formulaire en ligne d'évaluation de la formation. La synthèse de l'évaluation est transmise aux participants.

⁷ Salle conforme à la réglementation en vigueur en matière de sécurité

⁸ Exclusivement pour la modalité "1 journée"

Tarif

Notre tarif standard comporte 2 formules

	1 journée	1/2 journée
Formule entreprise personnes de la même entreprise impliquées dans les mêmes actions (ou projet d'actions) de présence sur internet De 1 à 12 personnes	1250 € HT pour l'ensemble du groupe	700 € HT pour l'ensemble du groupe
Formule individuelle groupe de personnes de provenances différentes de 4 à 8 personnes	250 € HT par personne	140 € HT par personne

D'autres modalités adaptées à des besoins spécifiques sont envisageables. Nous consulter.

Pour la formule entreprise, hors des départements de l'Isère, du Rhône, de la Drôme, de la Savoie, de la Haute Savoie, de l'Ain et de la métropole de Lyon, ce tarif n'inclut pas les frais de déplacement qui sont facturés en sus, sur justificatifs.

En cas de location de salle, celle-ci est facturée en sus, sur justificatifs.

