



Marketing digital

Programme de webinaires et ateliers
Octobre 2021- Février 2022

TABLE DES MATIERES

WEBINAIRES ET ATELIERS MARKETING DIGITAL	3
W1 - Structurer et optimiser votre présence digitale	4
W2 - La philosophie Inbound Marketing	5
A1 - Atelier personas	6
W3 - Référencement dans les moteurs de recherche	7
A2 - Marketing de contenu et SEO	8
W4 - Les outils CRM	9
A3 - Générer et gérer les leads	10
A4 – Créer des scénarios d'automatisation	11
W5 - Marketing direct sur les réseaux sociaux	12
A5 - Marketing direct sur les réseaux sociaux	13
A6 - Devenir ambassadeur de son offre sur LinkedIn	14
W6 - Référencement payant	15
A7 - Google Ads	16
A8 – La publicité sur YouTube	17
A9 - Bien gérer Google My Business	18
W7 - Indicateurs, tableaux de bord et Analytics	19
A10 - Google Analytics : comprendre ses données pour optimiser ses actions	20
A11 – Datavisualisation avec Data Studio	21

WEBINAIRES ET ATELIERS MARKETING DIGITAL

INTRODUCTION

L'Institut français va dérouler à partir du mois d'octobre 2021 une série de webinaires et ateliers à distance, destinés à développer les connaissances et compétences du réseau en matière de marketing numérique. La Team Web accompagne le projet en mettant à disposition ses experts-intervenants sur l'ensemble des sujets.

Les webinaires (W) sont des sessions collectives destinées à éclairer un sujet. D'une durée de 1h30, chaque session fera le point sur un thème du marketing numérique. Le déroulé pourra intégrer le témoignage d'un membre du réseau qui viendra ainsi partager sa pratique et ses résultats.

Les ateliers (A) sont destinés à des petits groupes de 15 à 20 personnes maximum et ont une durée de 2h. Il s'agit de mettre en pratique des notions vues lors d'un webinaire. Les intervenants accompagneront de façon très concrète les participants dans la réalisation d'opérations, soit à travers des démonstrations soit en guidant une pratique.

Le présent document a pour objectif de présenter le programme de ces webinaires et ateliers, les objectifs et les prérequis.



W1 - Structurer et optimiser votre présence digitale

- Le 06/10/2021 à 14h, heure de Paris

- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dgxy.link/WtFKE](https://dgxy.link/WtFKE)

Résumé et objectifs

Ce webinaire aborde les différents leviers de la visibilité sur Internet. Il a pour objectif d'aider à comprendre quelles sont les actions possibles, à quoi elles peuvent contribuer, et les ressources nécessaires pour les engager. Il permet de structurer un plan d'action, à travers des opérations adaptées aux objectifs de l'organisation.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Personnes souhaitant structurer les actions engagées pour en optimiser l'efficacité.
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de son propre environnement numérique et ce qui est déjà en œuvre pour son organisation.

Programme

- Les idées reçues du marketing sur Internet
- Facteurs de visibilités et objectifs SMART
- Les 5 axes du radar de la visibilité : notoriété / popularité / autorité / expertise / confiance
- Organiser et suivre son plan d'action

W2 - La philosophie Inbound Marketing

- Le 15/10/2021 à 14h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dqxy.link/My0jb](https://dqxy.link/My0jb)

Résumé et objectifs

Dans cette session, vous découvrirez la philosophie de l'inbound marketing (ou permission marketing), qui permet de mettre en œuvre un marketing pertinent, durable et performant grâce à l'utilisation des moyens offerts par le numérique. L'idée est de se positionner non pas seulement par rapport à son offre, mais d'abord par rapport à ses clients et prospects pour proposer des solutions adaptées à leurs besoins, qui peuvent évoluer. A l'issue de ce webinaire, vous serez en mesure d'identifier vos leviers pour développer des relations durables avec votre cible.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire, pas de connaissance technique nécessaire.
- Notions générales de marketing.
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux.

Programme

- Les origines de l'inbound et ce qui l'a rendu possible
- Les 8 piliers de la méthode Inbound marketing
- La méthode en action : application concrète (intervenant IF ou exemple LTW)
- Les limites de la méthode

A1 - Atelier personas

- Le 20/10/2021 à 10h, heure de Paris
- LIEN D'INSCRIPTION : <https://dqxy.link/w9rCb>

Résumé et objectifs

Cet atelier a pour but de transmettre l'intérêt de travailler avec des personas plutôt que des cibles traditionnelles. Il va permettre aux participants de s'approprier la méthode de construction d'un persona. Pendant la session, les participants vont s'impliquer directement dans la création d'un persona, en suivant les étapes pas à pas. Ils pourront ensuite reproduire l'exercice pour autant de personas que nécessaire.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux. Les participants doivent être en mesure de se mettre à la place de leurs clients.

Programme

- Définition et utilité des personas dans une stratégie marketing
- Les étapes de la construction d'un persona
- Définir et formuler des questions pour construire une grille d'interview
- Construire la grille d'étude complète d'un persona
- Pour aller plus loin : exemple de restitutions de personas

W3 - Référencement dans les moteurs de recherche

- Le 03/11/2021 à 14h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dgxy.link/DhtLo](https://dgxy.link/DhtLo)

Résumé et objectifs

L'objectif de ce webinaire est de permettre aux participants de comprendre en quoi le référencement dans les moteurs de recherche est important, sur quoi il repose et comment ils peuvent influencer concrètement dessus. A l'issue de cette session, ils auront une vision globale des éléments à prendre en considération pour être visible dans les moteurs de recherche.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.

Programme

- Les bases : moteurs de recherche et résultats de recherche
- La pyramide du référencement : réputation, contenu et aspects techniques
- Quelle stratégie appliquer dans un environnement concurrentiel ?

A2 - Marketing de contenu et SEO

- Le 10/11/2021 à 10h, heure de Paris

- [LIEN D'INSCRIPTION](https://dgxy.link/fai4Y) : <https://dgxy.link/fai4Y>

Résumé et objectifs

Au cours de cet atelier, les participants vont mettre en pratique les enseignements théoriques du webinaire sur le référencement en travaillant sur leurs propres contenus pour les optimiser. Nous verrons comment identifier les bonnes expressions, comment les rapprocher de la structure du site

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux. Avoir participé à l'atelier Persona est un plus.
- Avoir participé au webinaire SEO

Programme

- Comment identifier les mots clés stratégiques
- Expressions, cocons sémantiques et structure du site
- Analyse du contenu et optimisation immédiate
- Plan d'action pour une stratégie de plus long terme

W4 - Les outils CRM

- Le 17/11/2021 à 14h, heure de Paris
- LIEN D'INSCRIPTION : <https://dgxy.link/YMvzY>

Résumé et objectifs

Dans ce webinaire, les participants découvriront comment le digital répond aux nouveaux besoins de gestion de la relation client, notamment grâce aux outils disponibles sur le marché. Nous identifierons les étapes de la relation client, les éléments qui permettent d'en optimiser la performance, les outils qui permettent de bien la gérer.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux.
- Culture marketing de base

Programme

- CRM : définition des différentes briques
- Evolution de la relation client et de ses étapes
- Quels outils pour quels usages ?
- Automatisation de la relation client : jusqu'où peut-on aller ?

A3 - Générer et gérer les leads

- Le 24/11/2021 à 10h, heure de Paris
- **LIEN D'INSCRIPTION** : <https://dgxy.link/KJIsC>

Résumé et objectifs

Au cours de cet atelier les participants vont appréhender la logique de génération de leads et du nurturing. Ils vont découvrir la méthode pour structurer les étapes et ne rien négliger pour que les visiteurs viennent d'eux-mêmes alimenter une base de contacts. Ils repartiront de l'atelier avec un plan d'action pour mettre en place leur premier dispositif de génération de leads.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux.
- Accès aux éléments d'emailing et au back office du site (création de formulaire / pages)

Programme

- Lead : de qui / de quoi parle-t-on ?
- 1^{ère} étape : définir la monnaie d'échange
- 2^{ème} étape : mettre en place le dispositif de captation
- 3^{ème} étape : diffuser et attirer
- 4^{ème} étape : traiter la demande et démarrer la relation

A4 – Créer des scénarios d'automatisation

- Le 01/12/2021 à 14h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dqxy.link/h6Pyh](https://dqxy.link/h6Pyh)

Résumé et objectifs

Une bonne stratégie de contenu peut aider vos prospects à progresser dans leur cycle de décision et favoriser la conversion. L'automatisation permet d'identifier de manière systématique les étapes dans lesquelles sont les individus et pousser le bon contenu au bon moment pour la bonne personne. Cet atelier décortique le processus de construction de cette automatisation : la préparation, les indicateurs et les éléments à mettre en place.

Prérequis et cible

- Niveau intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux.
- Accès aux éléments d'emailing et au back office du site

Programme

- Rappel : les étapes du cycle de vie du lead et le nurturing
- Les éléments du parcours de nurturing
- Le lead scoring et son utilité
- Dessiner le premier processus de nurturing

W5 - Marketing direct sur les réseaux sociaux

- Le 12/01/2022 à 14h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dgxy.link/IQOiC](https://dgxy.link/IQOiC)

Résumé et objectifs

Ce webinaire a pour objectif de vous donner une vision claire du fonctionnement de la publicité sur les réseaux sociaux, avec un zoom sur le réseau Facebook et sur LinkedIn. Vous y découvrirez le type d'audience que l'on peut cibler, les différents formats publicitaires et leurs avantages et inconvénients, ainsi que le modèle économique et les différentes méthodes pour optimiser votre budget.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux.

Programme

- Le modèle de publicité sur les réseaux et les objectifs
- Les différents types d'audience
- Les différents formats, utilité et performances
- Zoom sur Facebook et LinkedIn
- Concevoir une campagne et optimiser son budget

A5 - Marketing direct sur les réseaux sociaux

- Le 19/01/2022 à 10h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dgxy.link/hhglr](https://dgxy.link/hhglr)

Résumé et objectifs

En complément du webinaire, cet atelier permet aux participants d'exercer concrètement la mise en place d'une campagne publicitaire. Depuis la pose du cookie de suivi à la définition des budgets, nous y verrons les différentes étapes de conception d'une campagne en mettant en évidence les similitudes et différences sur Facebook et LinkedIn.

Prérequis et cible

- Niveau intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux.
- Accès aux comptes réseaux sociaux et aux comptes publicitaires en administrateur.

Programme

- Le compte Business Manager de Facebook et le compte publicitaire LinkedIn
- Poser les pixels de tracking d'audience
- La création des audiences
- La conception des éléments de création
- Le montage de la campagne, choix des emplacements et budgets

A6 - Devenir ambassadeur de son offre sur LinkedIn

- Le 21/01/2022 à 14h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dqxy.link/S0jVf](https://dqxy.link/S0jVf)

Résumé et objectifs

LinkedIn est le plus gros réseau professionnel au monde et est devenu incontournable quelque soit son métier. Cet atelier permettra aux participants d'en tirer le meilleur parti pour faire connaître son offre et attirer les bonnes cibles, sans jamais s'écarter des bonnes pratiques.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses cibles
- Accès à son compte LinkedIn

Programme

- Qu'est-ce que le Social Selling ?
- Optimiser son profil LinkedIn
- Identifier vos cibles et entrer en contact
- Repérer les signaux faibles et interagir efficacement
- Les outils pour aller plus loin

W6 - Référencement payant

- Le 26/01/2022 à 14h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dqxy.link/252is](https://dqxy.link/252is)

Résumé et objectifs

Ce webinaire permet de comprendre le fonctionnement des annonces sur les résultats de recherche de Google, comment s'y positionner et comment optimiser les performances des campagnes. Nous y verrons la structure du compte Google Ads, le fonctionnement des liens sponsorisés, les possibilités de ciblage et les optimisations possibles.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux.

Programme

- Découverte de Google Ads et ses fonctionnalités
- Structurer du compte et des campagnes
- Les possibilités de ciblage
- Zoom sur les liens sponsorisés : processus complet
- Zoom sur les autres fonctionnalités dans les résultats de recherche : GMB, extensions, Shopping
- Statistiques et optimisation des performances

A7 - Google Ads

- Le 02/02/2022 à 14h, heure de Paris
- LIEN D'INSCRIPTION : <https://dqxy.link/7BHsD>

Résumé et objectifs

Au cours de cet atelier, les participants vont expérimenter concrètement la création d'annonces textuelles pour le moteur de recherche Google. Pas à pas, nous traverserons chaque étape jusqu'à la mise en ligne, nous mettrons en avant les bonnes pratiques et les écueils potentiels.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance des mots clés importants pour l'organisation
- Accès au compte Google (Google Ads s'il existe) et capacité à engager financièrement l'organisation (accès CB)

Programme

- Création du compte et paramètres de bases
- Créer une annonce "search" : les étapes
- Le choix des mots clés et les regroupements
- La rédaction d'annonce et les annonces dynamiques
- Les points de vigilance

A8 – La publicité sur YouTube

- Le 04/02/2022 à 10h, heure de Paris

- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dqxy.link/0m7eG](https://dqxy.link/0m7eG)

Résumé et objectifs

Les participants à cet atelier découvriront les spécificités de la publicité sur YouTube et pourront se familiariser avec elle en concevant leur première campagne. Avantages, inconvénients, différences avec une publicité digitale « classique », nous verrons comment exploiter au mieux l'un des plus grands carrefour d'audience du Web.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux.
- Accès au compte Google (Google Ads s'il existe)
- Accès à la chaîne YouTube

Programme

- Quelques mots sur YouTube et ses avantages (et inconvénients)
- Les différents formats d'annonces
- Associer votre chaîne YouTube à votre compte Google Ads
- Votre campagne pas à pas

A9 - Bien gérer Google My Business

- Le 09/02/2022 à 10h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dgxy.link/0EBbX](https://dgxy.link/0EBbX)

Résumé et objectifs

Google My Business est des clés du référencement sur les résultats de recherche de Google. Et c'est pourtant souvent la moins activée ! Avec cet atelier, les participants vont pouvoir s'approprier les différents leviers d'optimisation de la visibilité qu'un compte My Business peut permettre.

Prérequis et cible

- Niveau débutant à intermédiaire
- Culture générale et pratique régulière d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux.
- Accès au compte Google (Google My Business s'il existe)

Programme

- Découverte de l'interface
- Optimiser ses informations de contact pour être plus pertinent
- Gérer les avis
- Gérer les photos
- Publier des contenus
- Les statistiques et leur signification

W7 - Indicateurs, tableaux de bord et Analytics

- Le 16/02/2022 à 10h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dgxy.link/Zpn7B](https://dgxy.link/Zpn7B)

Résumé et objectifs

Cette session est indispensable pour piloter la performance de votre stratégie digitale. Elle vous apprendra à comprendre les indicateurs disponibles sur Internet, leur provenance, leur signification, et vous permettra de définir ceux qui sont utiles pour vous.

Prérequis et cible

- Niveau intermédiaire
- Culture générale et pratique professionnelle d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.

Programme

- Les origines de l'analyse Web et les méthodes de collecte
- Les grands indicateurs du Webmarketing et des réseaux sociaux
- Google Tag Manager : one to rule them all
- Google Analytics et la mesure des objectifs
- Data visualisation : faire parler les données
- Et RGPD dans tout ça ?

A10 - Google Analytics : comprendre ses données pour optimiser ses actions

- Le 23/02/2022 à 10h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dgxy.link/YeRZn](https://dgxy.link/YeRZn)

Résumé et objectifs

Google Analytics est devenu un standard de l'analyse des performances digitales. Cet atelier permet de bien comprendre ce qui se joue dans chaque catégorie de rapport, comment interpréter les résultats et comment aller plus loin dans les paramétrages pour obtenir une information plus fine.

Prérequis et cible

- Niveau intermédiaire
- Culture générale et pratique professionnelle d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Accès au compte Google, Google Analytics et Google Tag Manager

Programme

- Evolution de la solution et des méthodes de collecte
- Structure du compte Analytics : Propriétés et Vues
- Tour d'horizon des différents rapports et analyse des données qui y sont présentes
- Définir des événements et objectifs

A11 – Datavisualisation avec Data Studio

- Le 25/02/2022 à 14h, heure de Paris
- [LIEN D'INSCRIPTION : https://dgxy.link/ago3b](https://dgxy.link/ago3b)

Résumé et objectifs

Piloter une stratégie digitale nécessite d'analyser de nombreux indicateurs. Pour automatiser les reportings, simplifier l'accès aux données et fournir les bons indicateurs aux bonnes personnes, Data Studio est un outil très pratique. Cet atelier fait le tour des fonctionnalités principales et permet de créer son premier tableau de visualisation.

Prérequis et cible

- Niveau intermédiaire à avancé
- Culture générale et pratique professionnelle d'Internet, des moteurs de recherche, des réseaux sociaux. Pas de connaissance technique nécessaire.
- Connaissance de ses clients actuels, échanges réguliers avec eux.
- Accès à tous les comptes sources de données marketing : Google Analytics, Google Search Console, réseaux sociaux etc.

Programme

- Découverte : la dataviz et Data Studio
- Tour d'horizon des fonctionnalités
- Connecter une source de données : les différentes méthodes
- Créer un tableau, un graphe, le mettre en forme
- Organiser ses informations



**démarche
qualité**

adaptée aux Instituts français
et Alliances Françaises

Contact

Martin Lafitte

martin.lafitte@institutfrancais.com

8/14 rue du Capitaine Scott

75015 Paris

+ 33 (0)1 53 69 83 00

www.institutfrancais.com