

CATALOGUE DES FORMATIONS 2022/2023

Formation à Google Analytics	2
Formation au référencement naturel (SEO)	4
Formation à l'utilisation professionnelle de Twitter	6
Formation à l'utilisation professionnelle d'Instagram	9
Formation à la publication sur les réseaux sociaux (Social Ads)	11
Formation au Social Media	13

À PROPOS

Solutions de financement

Nos formations peuvent être prises en charge dans le cadre du budget alloué par les OPCO pour soutenir le plan de développement des compétences de votre entreprise, selon leurs critères de prise en charge.

Au sein des OPCO, une équipe de gestionnaires spécialisés vous accompagne dans le choix des formations, leur financement et la gestion administrative.

Personne en situation de handicap

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Afin de nous permettre d'organiser le déroulement de la formation dans les meilleures conditions possibles, contactez-nous. Un entretien avec notre référent.e handicap pourra être programmé afin d'identifier les besoins et aménagements nécessaires.

Contact

Amélie Collier
Référente Formation & Handicap
formation@intuiti.net

Formation à Google Analytics

½ journée - 790 € HT

Objectifs pédagogiques

- Paramétrer une console Google Analytics
- Extraire les données nécessaires au pilotage de la performance web

Programme de la formation

1. Définir ses KPI

- Définition des indicateurs relatifs à la performance
- Définition des indicateurs relatifs à l'engagement

2. Consulter ses statistiques

- Comprendre les différentes rubriques de la console (audience, acquisition, comportement et conversion)
- Comprendre les différents indicateurs de la console
- Focus sur les parcours utilisateurs
- Focus sur les alertes

3. Paramétrer sa console

- Différencier un compte, une propriété et une vue
- Suivre une campagne publicitaire via les UTM
- Monitorer une galaxie de site
- Focus sur la gestion de sites à l'international
- Focus sur le User-ID de Universal Analytics

4. Personnaliser sa console

- Tableaux de bords
- Filtres
- Entonnoirs
- Objectifs
- Segments
- Recherche interne
- Attribution des leads

5. Initiation au Tag Manager

- Créer des balises
- Créer des déclencheurs
- Créer des macros

Moyen d'évaluation

Une évaluation sera faite à l'issue de la formation pour valider avec le stagiaire que les enseignements reçus sont compris et maîtrisés.

Méthode pédagogique

La formation est participative et alterne des moments d'apports théoriques amenés par le formateur, d'échanges entre les participants et de mise en pratique.

La pédagogie s'appuie sur les contextes professionnels des participants. Ce fil conducteur permettra aux participants d'utiliser et de s'appropriier l'ensemble des connaissances et des savoir-faire transmis.

Validation

Une attestation de suivi de la formation est remise à la fin de la formation.

Informations pratiques

- **Durée** : ½ journée (4h)
- **Tarif** : 790 € HT (intra-entreprise)
- **Publics concernés** : Managers d'un service digital | Chefs de projet digital
- **Pré-requis** : Connaissances des notions de marketing digital appréciées. Une évaluation du niveau de connaissances des stagiaires sera réalisée en amont.
- **Lieu de la formation** : En présentiel dans nos locaux à Nantes ou à distanciel
- **Session** : Maximum 10 participant.e.s

Votre formateur

Votre formateur est consultant senior en Marketing Digital chez Intuiti, doté d'une solide expérience acquise sur le terrain. Vous pouvez [consulter nos business cases](#) sur notre site Internet.

Formation au référencement naturel (SEO)

1 journée - 1 290 € HT

Objectifs pédagogiques

- Assimiler les aspects techniques et structurels liés au référencement naturel
- Savoir sélectionner un inventaire de mots-clés stratégique et définir une ligne éditoriale adaptée
- Savoir développer le maillage naturel de son site web
- Connaître les outils de développement et de mesure d'audience d'un site web

Programme de la formation

1. Fonctionnement d'un moteur de recherche

- Optimisation des balises et méta-données
- Optimisation et structuration du texte
- Optimisation du maillage interne

2. Référencement éditorial et conception sémantique du site

- Connaître les mots-clés générateurs de trafic qualifié
- L'écrit web / écrire pour être lu et référencé

3. Maillage

- Principe du maillage
- Les outils pour connaître ses liens référents
- Les techniques d'optimisation et de développement de liens référents

Moyen d'évaluation

Une évaluation sera faite à l'issue de la formation pour valider avec le stagiaire que les enseignements reçus sont compris et maîtrisés.

Méthode pédagogique

La formation est participative et alterne des moments d'apports théoriques amenés par le formateur, d'échanges entre les participants et de mise en pratique.

La pédagogie s'appuie sur les contextes professionnels des participants. Ce fil conducteur permettra aux participants d'utiliser et de s'approprier l'ensemble des connaissances et des savoir-faire transmis.

Validation

Une attestation de suivi de la formation est remise à la fin de la formation.

Informations pratiques

- **Durée** : 1 journée (7h)
- **Tarif** : 1 290 € HT (intra-entreprise)
- **Publics concernés** : Managers d'un service digital | Chefs de projet digital
- **Pré-requis** : Connaissances des notions de marketing digital appréciées. Une évaluation du niveau de connaissances des stagiaires sera réalisée en amont.
- **Lieu de la formation** : En présentiel dans nos locaux à Nantes ou à distanciel
- **Session** : Maximum 10 participant.e.s

Votre formateur

Votre formateur est consultant en SEO Senior chez Intuiti, doté d'une solide expérience acquise sur le terrain. Vous pouvez [consulter nos business cases](#) sur notre site Internet.

Formation à l'utilisation professionnelle de Twitter

1 journée - 1 290 € HT

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser le réseau social Twitter pour développer la présence en ligne d'une marque
- Définir la stratégie éditoriale d'une marque sur Twitter
- Améliorer la notoriété d'une marque sur des objectifs d'attractivité, de valorisation et de fidélisation

Programme de la formation

Accueil

- Présentation et introduction de la formation
- Tour de table des attendus

Présentation de l'audit, des comptes influents et benchmark

#1. Analyser votre présence sur Twitter

Nous réaliserons un audit de votre présence sur Twitter, pour comprendre vos différentes prises de paroles, lister les typologies de contenus produits et étudier l'engagement de votre compte.

Livrable : Audit détaillé de votre présence sur Twitter

#2. Décrypter l'écosystème des comptes influents de votre marque

Nous utiliserons l'outil Mention, afin de :

- Déterminer qui sont les influenceurs actuels pour votre marque sur les 12 derniers mois
- Catégoriser les influenceurs en fonction des thématiques qu'ils abordent
- Identifier les sujets actuellement non représentés

Livrable : Mapping et catégorisation des comptes influents

#3. Réaliser un benchmark des bonnes pratiques

Nous réaliserons un benchmark d'acteurs aux enjeux similaires de votre marque :

- Groupes internationaux
- Nom du groupe et d'une marque identique
- Secteur Industrie B to B

Pour autant, nous ne manquerons pas de vous partager des bonnes pratiques totalement décorrélées de votre secteur d'activité.

Livrable : Benchmark des bonnes pratiques

Stratégie éditoriale

#4. Produire des recommandations éditoriales

Nous rédigerons un document synthétisant la stratégie de prise de parole de votre marque sur Twitter :

- Quels objectifs ?
- Quelles cibles ?
- Quelle tonalité ?
- Quels formats de contenus ?
- Quels KPIs ?
- Comment rédiger des "tweets parfaits" ?

Livrable : Recommandations éditoriales

Conclusion

- Bilan de la formation
- Tour de table des enseignements reçus
- Perspectives d'application en situation professionnelle

Moyen d'évaluation

Une évaluation sera faite à l'issue de la formation pour valider avec le stagiaire que les enseignements reçus sont compris et maîtrisés.

Méthode pédagogique

La formation est participative et alterne des moments d'apports théoriques amenés par le formateur, d'échanges entre les participants et de mise en pratique.

La pédagogie s'appuie sur les contextes professionnels des participants. Ce fil conducteur permettra aux participants d'utiliser et de s'approprier l'ensemble des connaissances et des savoir-faire transmis.

Validation

Une attestation de suivi de la formation est remise à la fin de la formation.

Informations pratiques

- **Durée** : 1 journée (7h)
- **Tarif** : 1 290 € HT (intra-entreprise)
- **Publics concernés** : Chargés de communication digitale
- **Pré-requis** : Connaissances des notions de communication digitale appréciées. Une évaluation du niveau de connaissances des stagiaires sera réalisée en amont.

- **Lieu de la formation** : En présentiel dans nos locaux à Nantes ou à distanciel
- **Session** : Maximum 10 participant.e.s

Votre formateur

Votre formateur est consultant en Social Media Senior chez Intuiti, doté d'une solide expérience acquise sur le terrain. Vous pouvez [consulter nos business cases](#) sur notre site Internet.

Formation à l'utilisation professionnelle d'Instagram

1 journée - 1 290 € HT

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser l'application Instagram pour développer la présence en ligne d'une marque
- Utiliser les fonctionnalités d'Instagram et en tirer partie pour atteindre vos objectifs
- Mettre en place une stratégie de contenus adaptée aux enjeux de votre marque

Programme de la formation

1. Introduction générale à Instagram

- Présentation du réseau social : historique, évolution et tendances actuelles
- Présentation des différentes fonctionnalités de l'application et des outils de programmation / suivi des KPI
- Définition des objectifs à atteindre & KPI associés adaptés à votre marque
- Définition d'une stratégie d'animation d'un compte Instagram adaptée aux objectifs

2. Production des contenus

- Production de photos/vidéos : bonnes pratiques des prises de vue et de son
- Focus : Utilisation des filtres
- Focus : Utilisation des hashtags et des commentaires

Moyen d'évaluation

Une évaluation sera faite à l'issue de la formation pour valider avec le stagiaire que les enseignements reçus sont compris et maîtrisés.

Méthode pédagogique

La formation est participative et alterne des moments d'apports théoriques amenés par le formateur, d'échanges entre les participants et de mise en pratique.

La pédagogie s'appuie sur les contextes professionnels des participants. Ce fil conducteur permettra aux participants d'utiliser et de s'appropriier l'ensemble des connaissances et des savoir-faire transmis.

Validation

Une attestation de suivi de la formation est remise à la fin de la formation.

Informations pratiques

- **Durée** : 1 journée (7h)
- **Tarif** : 1 290 € HT (intra-entreprise)
- **Publics concernés** : Chargés de communication digitale
- **Pré-requis** : Connaissances des notions de communication digitale appréciées. Une évaluation du niveau de connaissances des stagiaires sera réalisée en amont.
- **Lieu de la formation** : En présentiel dans nos locaux à Nantes ou à distanciel
- **Session** : Maximum 10 participant.e.s

Votre formateur

Votre formateur est consultant en Social Media Senior chez Intuiti, doté d'une solide expérience acquise sur le terrain. Vous pouvez [consulter nos business cases](#) sur notre site Internet.

Formation à la publication sur les réseaux sociaux (Social Ads)

1 journée - 1 290 € HT

Objectifs pédagogiques

→ Maîtriser la mise en place de campagnes de promotion sur les réseaux sociaux

Programme de la formation

1. Comprendre les Social Ads

- Les objectifs de campagnes Social Ads
- Les 10 commandements de la sponsorship sur les réseaux sociaux

2. Comprendre Facebook Business Manager

- Fonctionnement de la plateforme
- Où et comment sponsoriser un contenu ?
- Comment analyser la performance de vos campagnes Facebook ?

3. Comprendre la médiatisation sur Instagram

- Fonctionnement de la plateforme
- Où et comment sponsoriser un contenu ?
- Comment mesurer son activité publicitaire sur Instagram ?
- Exercice pratique

#4. Campaign Manager LinkedIn

- Fonctionnement de la plateforme
- Où et comment sponsoriser un contenu ?
- Comment mesurer son activité publicitaire sur LinkedIn Ads ?
- Exercice pratique

Moyen d'évaluation

Une évaluation sera faite à l'issue de la formation pour valider avec le stagiaire que les enseignements reçus sont compris et maîtrisés.

Méthode pédagogique

La formation est participative et alterne des moments d'apports théoriques sur les réseaux sociaux amenés par le formateur, d'échanges entre les participants et d'exercices pratiques de mise en place des campagnes.

La pédagogie s'appuie sur les contextes professionnels des participants. Ce fil conducteur permettra aux participants d'utiliser et de s'approprier l'ensemble des connaissances et des savoir-faire transmis.

Validation

Une attestation de suivi de la formation est remise à la fin de la formation.

Informations pratiques

- **Durée** : 1 journée (7h)
- **Tarif** : 1 290 € HT (intra-entreprise)
- **Publics concernés** : Chargés de communication digitale | Social Media Manager | Community Manager
- **Pré-requis** : Connaissances des notions de gestion des réseaux sociaux appréciées. Une évaluation du niveau de connaissances des stagiaires sera réalisée en amont.
- **Lieu de la formation** : En présentiel dans nos locaux à Nantes ou à distanciel
- **Session** : Maximum 10 participant.e.s

Votre formateur

Votre formateur est consultant en Social Media Senior chez Intuiti, doté d'une solide expérience acquise sur le terrain. Vous pouvez [consulter nos business cases](#) sur notre site Internet.

Formation au Social Media

1 journée - 1 290 € HT

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les évolutions des réseaux sociaux
- Anticiper les investissements en Social Media pour les marques

Programme de la formation

1. État des lieux

- Données sociologiques
- Évolutions des fréquentations et des usages
- Évolutions annoncées par les différents supports

2. Le nouveau storytelling

- Émergence de nouveaux réseaux sociaux pour les marques
- Contenus générés par les utilisateurs (UGC)

3. La place centrale de la vidéo

- Évolution des formats
- Nouvelles formes de mise en scène
- Quick & dirty

4. La prolongation de l'expérience depuis les réseaux sociaux

- Contrer la baisse du reach naturel
- Instantanéité sur les réseaux sociaux
- Messaging dans la relation client
- Multiplication des services par les supports (instant articles, live, 360...)
- La disparition des applications mobiles

5. La maturité du paid

- Enjeux des formats payants
- Evolution des formats
- Native advertising au sein des supports
- Publicités internes VS publicités externes

6. Etudes de cas

Moyen d'évaluation

Une évaluation sera faite à l'issue de la formation pour valider avec le stagiaire que les enseignements reçus sont compris et maîtrisés.

Méthode pédagogique

La formation est participative et alterne des moments d'apports théoriques sur les réseaux sociaux amenés par le formateur, d'échanges entre les participants et d'exercices pratiques de mise en place des campagnes.

La pédagogie s'appuie sur les contextes professionnels des participants. Ce fil conducteur permettra aux participants d'utiliser et de s'approprier l'ensemble des connaissances et des savoir-faire transmis.

Validation

Une attestation de suivi de la formation est remise à la fin de la formation.

Informations pratiques

- **Durée** : 1 journée (7h)
- **Tarif** : 1 290 € HT (intra-entreprise)
- **Publics concernés** : Chargés de communication digitale | Social Media Manager | Community Manager
- **Pré-requis** : Connaissances des notions de communication digitale appréciée. Une évaluation du niveau de connaissances des stagiaires sera réalisée en amont.
- **Lieu de la formation** : En présentiel dans nos locaux à Nantes ou à distanciel
- **Session** : Maximum 10 participant.e.s

Votre formateur

Votre formateur est consultant en Social Media Senior chez Intuiti, doté d'une solide expérience acquise sur le terrain. Vous pouvez [consulter nos business cases](#) sur notre site Internet.