

# Catalogue de formations

2022 - 2023



[www.keepup-formation.com](http://www.keepup-formation.com)



[/katia-molina/  
/keep\\_up!/](https://www.linkedin.com/company/keep-up/)



[katia@keepup-formation.com](mailto:katia@keepup-formation.com)



06 73 73 13 78



# À savoir avant de lire

- Les tarifs sont exprimés **Net de TVA**
- Keep Up ! est un organisme de formation **certifié QUALIOPI** au titre des actions de formation. La **prise en charge totale** ou **partielle** de votre formation par votre **OPCO** est possible.
- **Les formations sont réalisées uniquement en intra**, le **tarif repère est de 70€/h Net de TVA**.
- **Personnes en situation de handicap** : nous étudions l'adaptation des moyens pédagogiques et logistiques des formations pour que **chaque apprenant.e puisse profiter pleinement des apprentissages**.
- Les formations **sont proposées toute l'année** (à l'exception du mois d'août et des vacances de Noël). Nous nous adaptons au mieux à vos contraintes de planning. Katia Molina, formatrice, est certifiée en Digital Learning, les formations proposées en distanciel sont adaptées pédagogiquement.



# Infos pratiques



## Suivi et validation de la formation

Feuille d'émargement, livret d'accueil, fiche d'évaluation.

QCM final : +60% de réussite pour des connaissances acquises.

Envoi d'une attestation de fin de formation

## Public et pré-requis

Toute personne évoluant ou désirant évoluer dans le milieu du marketing et de la communication, les chef.f.es d'entreprise de PME/TPE, les demandeuses et demandeurs d'emploi. Un questionnaire de positionnement est réalisé avant l'entrée en formation.

Connaitre et utiliser au moins l'un de ces 3 navigateurs : Chrome, Firefox, Edge.

Avoir un compte sur un réseau social.

## Moyens pédagogiques, techniques et encadrement

Formation assurée par Katia Molina formatrice/consultante en marketing digital depuis plus de 15 ans, et gérante de Keep Up !

Supports pédagogiques : tutoriaux, présentation PowerPoint, exercices pratiques, étude de cas

Positionnement de l'apprenant.e en début de formation et en sortie

## Lieux de formation et tarification

Sur site dans les départements de l'Hérault, et de l'Aude.

Tarif repère intra : 70€ de l'heure Net de TVA

En distanciel via Google Meet

## Référent Handicap Katia Molina

Nous étudions l'adaptation des moyens pédagogiques et logistiques des formations pour que chaque apprenant.e puisse profiter des apprentissages.

# Formation social media



## Objectif 1

Savoir bâtir une stratégie «social media»

## Objectif 2

Maîtriser les techniques du webmarketing

# Formation social media

## Les éléments clés du webmarketing

Vocabulaire, les différents outils, les objectifs  
Du consommateur au consom'acteur

## Une entreprise, des réseaux sociaux ?

Etat des lieux  
Identifier le ou les « bons » réseaux sociaux en fonction de ses objectifs  
Définir une méthodologie d'actions

## Notoriété et webmarketing : les différents leviers d'acquisition client btob/btoc

SEO : les fondamentaux  
Définir ses personas  
Écrire pour sa cible, définir ses objectifs, créer de l'engagement

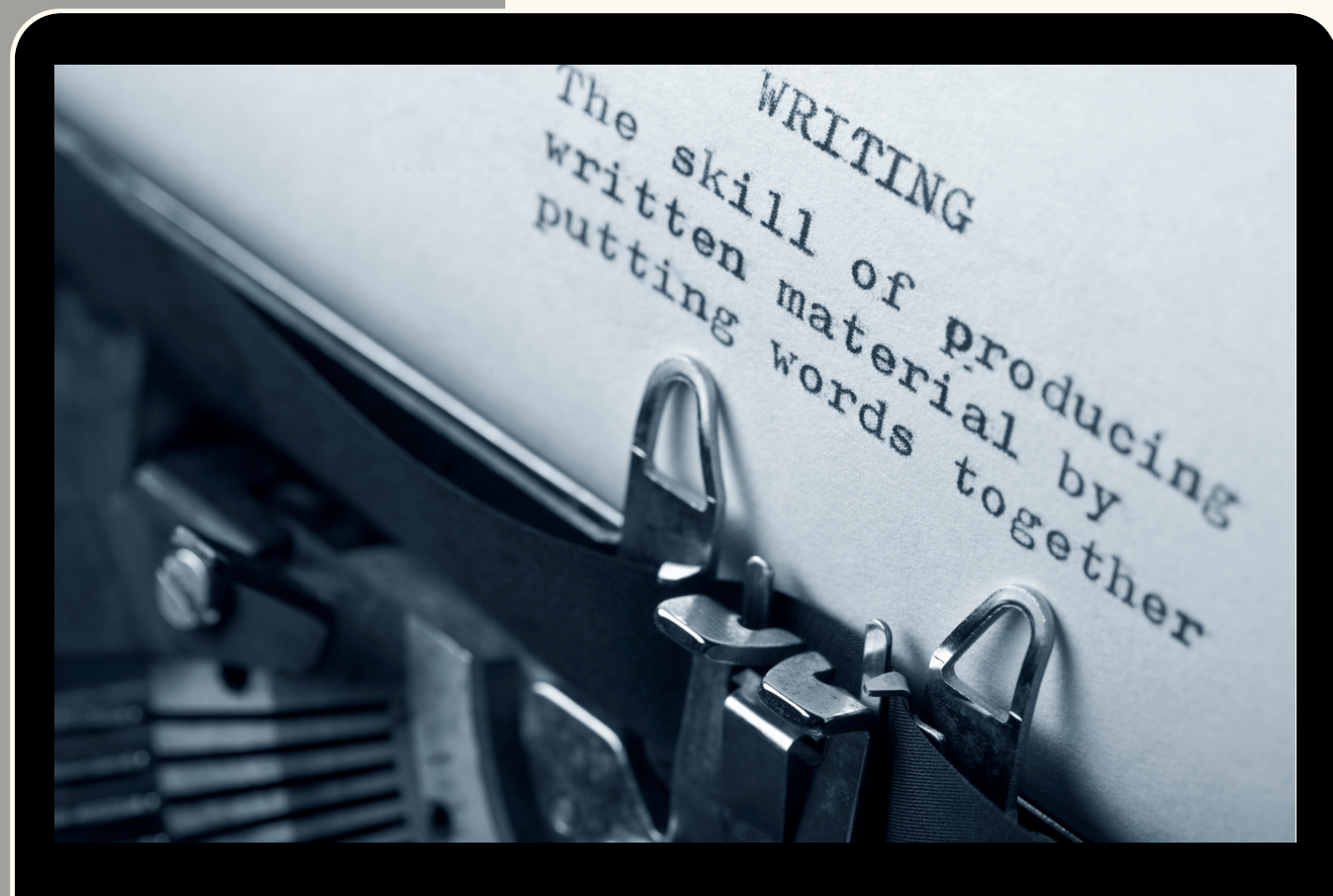
## Définir une stratégie « social media »

Le budget  
Mesurer les retombées  
Utilisation de Google Analytics  
Le tableau de bord

## Exercices pratiques

Définition du calendrier éditorial  
Animer ses réseaux sociaux  
Mesurer les retombées

# Formation rédaction web



## Objectif 1

Savoir rédiger pour le web

## Objectif 2

Maîtriser les techniques de l'optimisation SEO

# Formation rédaction web

## Les éléments clés du webmarketing

Vocabulaire, les différents outils, les objectifs  
Du consommateur au consom'acteur

## Définir sa ligne éditoriale

Identifier sa ligne éditoriale en corrélation avec l'ADN de sa marque/entreprise  
Utiliser le storytelling pour susciter l'émotion et créer de l'engagement  
Établir un calendrier éditorial

## Notoriété et webmarketing : les différents leviers d'acquisition client btob/btoc

SEO : les fondamentaux  
Définir ses personas  
Écrire pour sa cible, définir ses objectifs, créer de l'engagement

## Mesurer les retombées

Les outils d'analyse  
Savoir analyser et interpréter les données

## Exercices pratiques

Définir la ligne éditoriale  
Construire le calendrier éditorial  
Rédiger des publications et/ou contenus pour le site de l'entreprise

# Formation réseaux sociaux



## Objectif 1

Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie « social media »

## Objectif 2

Savoir utiliser et communiquer via les réseaux sociaux

# Formation réseaux sociaux

## La société à l'ère du numérique

Du consommateur au consomm'acteur

Etat des lieux des différents réseaux sociaux : qui fait quoi ?

Un point de vocabulaire (hashtag, stories, trending topics...)

Qu'est-ce que le community management ?

## Une entreprise, des réseaux sociaux ?

Fonctionnement et exercices pratiques sur Facebook, LinkedIn, Pinterest, Instagram

Méthodologie : l'élaboration d'un calendrier éditorial

Identifier le ou les « bons » réseaux sociaux en fonction de ses objectifs

## Les outils à mettre en place

Outils de publication

Outils pour mesurer les retombées

Focus sur le ROI (retour sur investissement) et les KPI (Key Performance Indicator)

Les blogs, sites web à suivre

## Communiquer via les réseaux sociaux

La publication de contenu : exercices pratiques

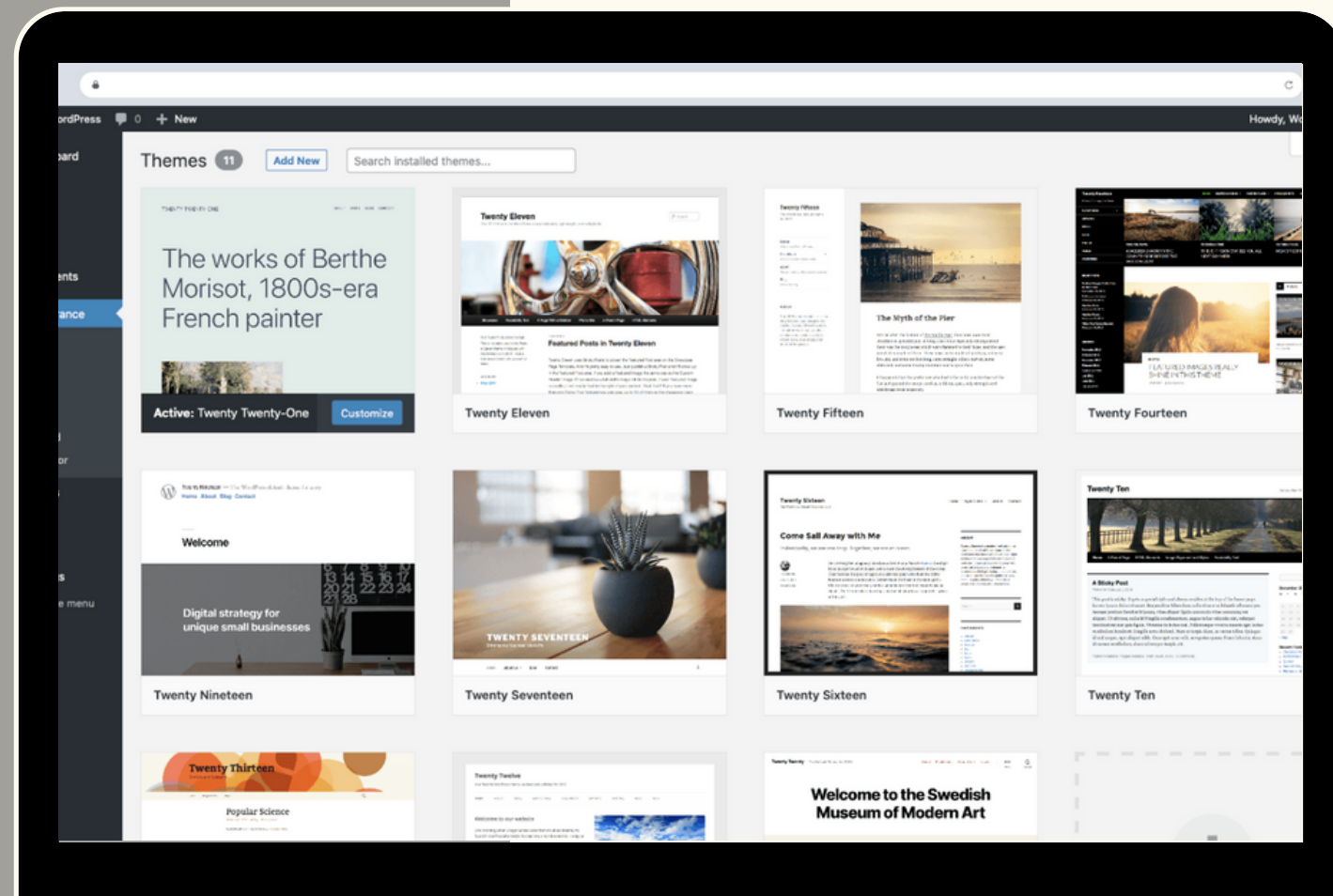
La publicité sur les réseaux sociaux : exercices pratiques

Bâtir une communauté

« Bad buzz » : des pistes pour les gérer

Zoom sur le marketing d'influence

# Formation Wordpress contributeur



## Objectif 1

Animer son site web

## Objectif 2

Intégrer du contenu et gérer la mise en page

# Formation Wordpress

## Présentation de l'outil de gestion de contenu

L'interface d'administration

Point vocabulaire

## Créer son contenu

Contribuer

Utiliser l'éditeur de texte WYSIWYG  
Ajouter/modifier/supprimer du contenu

Utiliser la médiathèque et intégrer des médias  
La notion d'arborescence

Le multilingue

## Les bonnes pratiques du référencement naturel

De l'importance du calendrier éditorial

Utiliser les méta-descriptions et les mots-clés

Soigner son contenu

Miser sur la mise en page

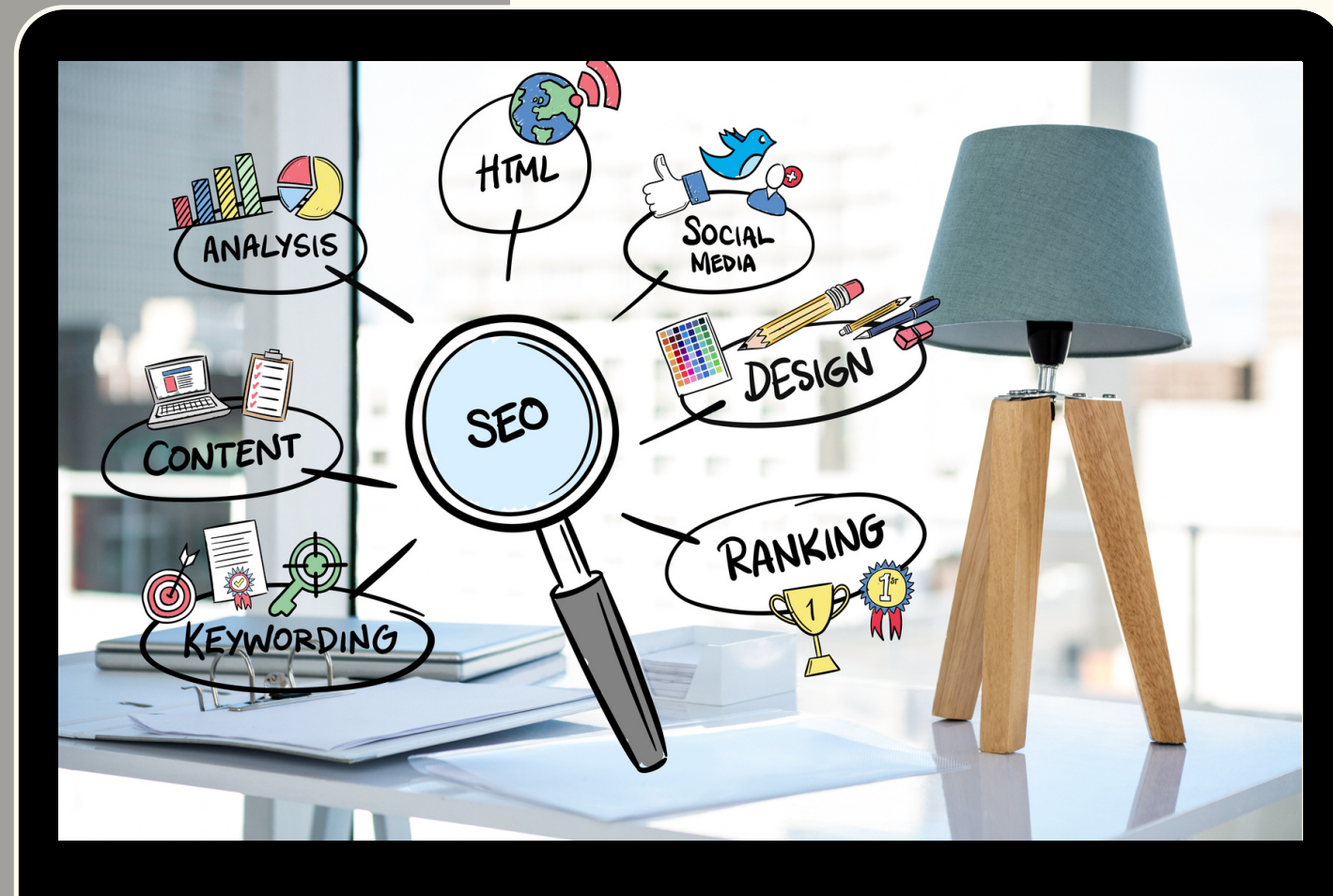
## Exercices pratiques

Intégration de contenus « réels »

Zoom sur la médiathèque

Questions/réponses

# Formation initiation au référencement naturel



## Objectif 1

Apprendre et définir une stratégie de référencement naturel

## Objectif 2

Connaître les bonnes pratiques et savoir mesurer les retombées

# Formation initiation au référencement naturel

## Le référencement naturel : entrée en matière

Qu'est ce que le référencement naturel ? Aussi appelé SEO ou encore organique

Un point de vocabulaire

Connaître son public cible : outils d'analyse

## Le contenu : clef de voute du référencement

Optimisation « on page » et « off page »

Choix des mots clés, netlinking, backlinking, maillage interne, nommage des médias.

La stratégie de « longue traîne »

Ecrire pour son public

## L'environnement SEO :

Le SEO local

Les outils de gestion de contenus

Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie

## Mesurer les retombées

Utiliser les outils d'analyse

Savoir analyser les résultats

Définir les KPI (Key Performance Indicator)

## Exercices pratiques

Rédiger une page de contenu

Fonctionnement de Google Analytics

# Formation inbound marketing et storytelling



## Objectif 1

Définir une stratégie de contenu

## Objectif 2

Rédiger pour le web et pour ses cibles et utiliser les techniques de storytelling

# Formation inbound marketing et storytelling

## Définir une stratégie d'inbound marketing

Définir ce qu'est le content marketing

Réaliser une veille efficace

Associer médias et contenus

Identifier les ambassadeurs de sa marque et les intégrer à la stratégie

## Définir sa ligne éditoriale

Identifier sa ligne éditoriale en corrélation avec l'ADN de sa marque/entreprise

Utiliser le storytelling pour susciter l'émotion et créer de l'engagement

Etablir un calendrier éditorial

Ecrire pour ses cibles : identifier les « personas » Le ton à utiliser

## Mesure des retombées

Les outils d'analyse

Mesurer le ROI (Return on Investment)

Définir les KPI (Key Performance Indicator)

## Exercices pratiques

Définir une ligne éditoriale

Rédaction d'articles sur un thème imposé

Contactez-moi et discutons !

# Katia Molina

**Directrice - Formatrice/Consultante marketing digital**



[www.keepup-formation.com](http://www.keepup-formation.com)



[katia@keepup-formation.com](mailto:katia@keepup-formation.com)



<https://www.linkedin.com/in/katia-molina/>



06 73 73 13 78





À bientôt !

*Keep Up!*  
Formations Consulting Web

