

EMARKETING.TN /IMSC

Adresse Tn : Imm. BABEL, Bloc D - 3eme

Étage, Bur. N°6, Montplaisir 1073 TN

Adresse Fr : 141 Avenue Félix Faure -

75015 Paris France

Tél FR : +33 6 44 68 45 46

Tél TN : +216 98 72 77 14

Site Web : www.emarketing.tn

PROGRAMME DES FORMATIONS

WWW.EMARKETING.TN

PREMIER

Google
Partner

emarketing.tn



EMARKETING.TN BY IMSC

A l'ère du digital, la stratégie de communication des entreprises évolue constamment. Notre objectif est de vous amener à devenir un acteur à forte valeur ajoutée dans la conception globale de la stratégie de communication de l'entreprise .EMARKETING.TN D'IMSC a pour objectif de former des cadres aux outils aux techniques et aux stratégies de communication globale et digitale afin de piloter des projets de communication en toute autonomie.

NOS SERVICES

Pilotez vos projets de communication en toute autonomie grâce à nos formations et nos solutions entreprises

FORMATIONS CERTIFIANTES

Des formations certifiantes pour valider vos expertises et faire reconnaître vos compétences.

DIGITAL MARKETING

Le Digital Marketing multicanal augmente votre ROI, et génère de nouveaux prospects.

GENERATION DE LEADS

La prospection commerciale a pour objectif de trouver de nouveaux projets.et améliorer votre sales Force

AUDIT ET CONSULTING

Une équipe d'auditeurs et consultants afin de réaliser un audit de votre présence sur le web.





NOS FORMATIONS CERTIFIANTES !

Un package complet des formations et des solutions techniques basé sur La transformation digitale des entreprises et des technologies de développement.

DIGITAL MARKETING

Stratégie digitale 360, Webanalytics, Social media, AdSense, E-réputation, Le marketing relationnel (e-CRM)...

WEB & ECOMMERCE

Formez-vous et formez vos équipes Webmarketing en développement web et à l'utilisation des CMS.

COMMUNITY MANAGER

Avec cette formation vous allez découvrir le métier de Community Manager, ou comment gérer une présence et une e-réputation

WEB DESIGN UI/UX

Avec cette formation, vous allez comprendre le métier de Webdesigner ainsi que ses applications.

GOOGLE FOR BUSINESS

Dans cette formation Google Business Suite, vous apprenez à mettre en avant toutes les informations relatives à votre entreprise

ASSISTANTE DE DIRECTION

Comprendre les enjeux et les contraintes de son manager ou de son service via des plateformes ERP



FORMATIONS CERTIFIANTES

Des formations certifiantes pour valider vos expertises et faire reconnaître vos compétences.



FORMATIONS INTER/INTRA ENTREPRISES

Des formations destinées à tous les collaborateurs et managers des entreprises publiques et privées.

EMARKETING.TN



16 HEURES

FORMATION DIGITAL MARKETING

FORMATION DIGITAL MARKETING

Objectifs de la formation

La formation **DIGITAL MARKETING** s'adresse aux personnes qui disposent d'un **background commercial, marketing, communication ou informatique** et qui, en plus de leurs **compétences professionnelles**, souhaitent :

- Acquérir une vision synthétique de l'évolution du marketing digital
- Gagner en responsabilité dans le domaine de la stratégie numérique
- Accéder aux postes les plus recherchés du marché professionnel
- Comprendre comment et pourquoi le marketing évolue à l'ère du digital
- Faire le point sur l'évolution des grandes étapes du marketing digital : attirer, retenir, convertir
- Comprendre comment le Big data sert la personnalisation en marketing digital
- Participer à une merveilleuse aventure digitale avec des milliers de participants, des experts, des startups et des témoignages d'entreprises



Programme de la formation

M 1 : La transformation digitale du marketing

- La transformation digitale des entreprises... et du marketing !
- Du marketing au digital marketing
- Comment articuler entre l'online et offline marketing ?
- Nouvelles technologies et nouvelles tendances du marketing
- L'interruption marketing et permission marketing.
- Le marketing relationnel (e-CRM) et le marketing comportemental.

M 3: Convertir le prospect en client

- l'e-commerce
- La dominance des marketplaces
- Avis utilisateurs
- L'emailing, le meilleur ROI pour les canaux digitaux.
- La notoriété de l'entreprise dans une stratégie digitale
- eCRM: les bases marketing

M 2 : Le marketing digital pour Fidéliser

- Les canaux d'acquisition
- L'emailing
- Les apports de l'Inbound marketing et les stratégies de content market.
- Référencement naturel et sponsorisé
- Réseaux sociaux et community management
- Repensez le marketing vs le Growth Hacking
- l'e-réputation
- "expérience utilisateur" (UX) et la notion d'UI

M 4 : Le big data et la Plateforme emailing

- c'est quoi big data ?
- Les outils d'analyse des données
- Analytics et "data driven"
- La Data Management Platforms
- Les KPI pour piloter le marketing
- Test d'évaluation et certification



12 HEURES

FORMATION COMMUNITY MANAGER

FORMATION COMMUNITY MANAGER

Objectifs de la formation

Avec cette formation vous allez découvrir le métier de Community Manager, ou comment gérer une présence et une e-réputation sur les réseaux sociaux à l'aide de méthodes concrètes et efficaces. Vous allez explorer des outils pour être à l'écoute sur les réseaux sociaux, et vous verrez comment créer et animer une communauté digitale :

Connaître les réseaux sociaux et leur fonctionnement
Utiliser les réseaux sociaux comme levier économique pour l'entreprise
Créer et animer des comptes sur les différents réseaux sociaux
Savoir créer des contenus pour le web (photo, texte)
Mesurer et suivre la performance de ses actions
Apprendre à mettre en place une veille
Surveiller et corriger une E-réputation



Programme de la formation

M 1 : Community management

Qu'est-ce que le webmarketing ?
Pourquoi être présent sur les réseaux sociaux ?
Qu'est-ce que le community management ?
Quelle stratégie ?

M 3: Comment s'exprimer sur les Social Medias

La communauté de partage
La communauté d'influence
La communauté de collaboration
Configuration des CHATBOTS
Benchmarking

M 2 : Être à l'écoute sur les réseaux

Les objectifs
Les outils de statistiques
Les outils de veille en temps réel
Les outils de veille automatisée

M 4 : Gérer une Digital Community

Comment animer une communauté ?
La gestion d'un bad buzz
Comment tuer une mauvaise information ?
Comment utiliser LES KPI sur les réseaux sociaux ?
Les enjeux du métier
Test d'évaluation



12 HEURES

FORMATION GOOGLE FOR BUSINESS

FORMATION GOOGLE FOR BUSINESS

Objectifs de la formation

La formation Google for Business s'adresse aux personnes qui disposent d'un background commercial, marketing, communication ou informatique et qui, en plus de leurs compétences professionnelles, souhaitent :

Profiter de l'approche métier de spécialistes SEO pour exploiter les possibilités de Google Analytics sans être perdu dans les innombrables fonctionnalités de cet outil
Savoir quels profils, filtres, segments avancés et alertes configurer spécialement pour l'analyse du référencement naturel.

Apprendre à interpréter tous les rapports Google Analytics permettant l'optimisation du SEO.

Utiliser Google Analytics pour analyser toute les caractéristiques d'une baisse de trafic SEO, afin de prendre les mesures correctives nécessaires (Google My Business , Google Analytics, Google Search Console, Google Panda, MayDay, etc).



Programme de la formation

M 1 : Présentation générale de Google Suite

Du compte Google au compte Google Suite
Comment Google Analytics enregistre ses données et où il les stocke
Notion de code de suivi
Approche simplifiée des profils Google Analytics (« principaux » et « secondaires »)
Gestion des utilisateurs : accès aux comptes et profils

M 3: Utilisation avancée de Google Suite

Comment identifier le trafic généré par certains types de pages, pour aider au travail d'optimisation du réf. nat.
Comment détecter si son site a une pénalité Google : quelles parties du site ? avec quelle source de trafic, quels genres de mots-clés, etc. Très utile pour l'analyse de Panda, des filtres du Duplicate Content, etc.
Comment mettre en place des alertes de surveillance du référencement
comment utiliser les objectifs et les rapports personnalisés pour mesurer l'efficacité du référencement naturel (comment mesurer combien le SEO contribue au chiffre d'affaires ou succès du site)

M 2 : Suivi du référencement avec Google Suite

Mesurer le trafic total et la part du SEO
Comment isoler le trafic de notoriété (marque) du reste
Comment faire du tracking : exemple de Twitter
Comment utiliser Google Analytics pour analyser les mots-clés générateurs de trafic (requêtes) ; astuces pour exporter les données
les principales expressions régulières à connaître pour l'analyse du référencement
Comment analyser les pages les plus performantes en référencement naturel, et celles qui doivent être optimisées en priorité
exploitation des rapports sur la recherche interne

M 4 : TP Google Business Suite

Nos conseils sur la liste des profils à créer systématiquement dans vos comptes Google Analytics ou ceux de vos clients
20 exemples concrets (filtres, segments avancés et autres astuces) qui vous serviront au quotidien pour analyser et optimiser votre référencement
Test d'évaluation et certification

EMARKETING.TN



20 HEURES

FORMATION WEB & ECOMMERCE

FORMATION WEB & ECOMMERCE

Objectifs de la formation

Formez-vous et formez vos équipes Webmarketing en développement web et à l'utilisation des CMS. Que vous travaillez sur HTML , Framework PHP ,WordPress, Prestashop, ou Magento, nos formateurs vous accompagnent dans la prise en main et l'optimisation de votre site WEB. Ces formations vous feront gagner en efficacité, en investissement et en qualité.

Création de pages web en HTML 5 et CSS3.
Procéder à la mise en place et la validation de la structure HTML 5 des pages web.
Utilisation des CMS Majeurs : WordPress, Joomla, Drupal, admin LTE , Prestashop & magento (ecommerce)
Intégrer les animations et les contenus multimédia dans les CMS
Mise en ligne
Apprendre à gérer son site (faire les mises à jour régulières).
Les fonctions importantes du programme.
Présentation de l'interface d'administration
Présentation de la console administrateur et des onglets de gestion.



Programme de la formation

M 1 : Introduction

Votre rôle de développeur web PHP
Fonctionnement d'un site écrit en PHP
Préparer son environnement de travail
Écrire son premier script
Configurer PHP pour visualiser les erreurs

M 3: Démarrez et configurez les CMS

Qu'est-ce qu'un CMS?
Wordpress et Prestashop
Commencez votre site avec un CMS
Configurez les paramètres de votre CMS
Installations des modules et plugins

M 2 : Les bases de PHP et Mysql

Stocker des informations dans une base de données
Présentation des bases de données
phpMyAdmin
Lire des données
Écrire des données

M 4 : Adaptez votre site avec un CMS

Maquette la structure de votre site
Installez un thème ou Template
Ajustez votre thème
Test d'évaluation
Certification

EMARKETING.TN



24 HEURES

FORMATION WEB DESIGN UI/UX

FORMATION WEB DESIGN UI/UX

Objectifs de la formation

Avec notre formation Web Design, vous êtes donc à même de comprendre le métier de Webdesigner ainsi que ses nombreuses applications. Depuis le prototypage jusqu'à l'intégration de vos éléments graphiques en passant la programmation ou encore l'expérience utilisateur (UX/UI), ne ratez plus aucune étape de la création de vos sites Web !

- Identifier les étapes de création d'un site web.
- S'initier au vocabulaire.
- Définir un scénario utilisateur (UX).
- Structurer l'espace des pages (UI et zoning).
- Réaliser une maquette fonctionnelle dans Photoshop (wireframe).
- Concevoir une maquette multi-écran (ordinateur, tablette, mobile Avec Adobe XD)
- Savoir reconnaître les tendances et les styles.
- Utiliser un mood board pour définir ses choix graphiques.
- Mettre en place des pistes de recherche.
- Paramétrer Photoshop pour le web.
- Utiliser les grilles de mise en page.
- Équilibrer les rapports texte/image.



Programme de la formation

M 1 : Créer et Découper une maquette

- Découvrir le concept de maquette
- Créer une maquette avec PS
- Trouver une maquette et comprendre son fonctionnement
- Traduire les éléments visuels en HTML
- Dimensions et proportions
- Les éléments traduisibles en CSS

M 3: web design et UI

- Apprenez à vous centrer sur l'utilisateur
- Concevez un produit simple
- Créez pour l'utilisateur mobile
- Les formats de maquette (horizontal et vertical, fluide ou fixe, responsive).
- Travailler vos images pour des écrans Rétina

M 2 : Web Design et l'UX

- Apprenez à reconnaître et définir l'UX
- Faites la différence entre UX et UI
- La notion d'usability
- Accrochez vos utilisateurs avec le "Hook Canvas"
- Améliorer la lisibilité typographique.
- Utiliser les différents types de polices Web.

M 4 : TP de l'UX /UI design

- Intégrez l'approche « Design Thinking »
- Commencez par la recherche utilisateur
- Appliquez les bonnes pratiques de prototypage
- Testez vos prototypes
- Test UI
- Test d'évaluation et Certification

EMARKETING.TN



24 HEURES

FORMATION ASSISTANTE DE DIRECTION

FORMATION ASSISTANTE DE DIRECTION

Objectifs de la formation

Comprendre les enjeux et les contraintes de son manager ou de son service

Clarifier les attentes et les exigences réciproques

Acquérir des méthodes pour mieux s'organiser et travailler ensemble

A l'issue de cette formation, vous serez en mesure de :

- Clarifier la finalité de son poste
- Identifier ses missions et son périmètre de responsabilité
- Repérer sa marge de manœuvre



Programme de la formation

M 1 : Instaurer un mode de collaboration performant

- Planifier et organiser la gestion du temps
- Anticiper la logistique des différentes missions
- Mettre en place des outils pour coordonner le quotidien CRM , E-CRM et ERP
- Tirer le meilleur parti des NTIC

M 3: Être un relais d'information fiable pour son/ses responsable/s

- Connaître son environnement professionnel interne et externe
- Faire de la veille pour s'informer et informer
- Faire remonter l'information utile
- Savoir synthétiser et aller à l'essentiel
- Savoir communiquer avec pertinence

M 2 : Etre en mesure d'établir un climat de confiance avec le client

- Véhiculer une image positive et adhérer à la culture d'entreprise
- S'adapter au style de management de son manager
- Echanger dans un climat de confiance

M 4 : Être force de proposition dans sa fonction d'assistante de direction

- Savoir rendre compte et alerter son manager
- Savoir relayer les décisions de manière précise
- Savoir comment développer une attitude proactive
- Savoir se fixer des objectifs et être en mesure de les réaliser

EMARKETING.TN



20 HEURES

FORMATION SECRÉTARIAT

FORMATION SECRÉTARIAT

Objectifs de la formation

Connaître les principes fondamentaux de la communication interpersonnelle
Harmoniser les pratiques, mieux adapter l'attitude et le discours aux attentes de son interlocuteur et à l'image de son établissement

A l'issue de cette formation, vous serez en mesure de :

- Améliorer l'efficacité de l'accueil physique et téléphonique par la confiance et l'aisance dans son expression et son comportement



Programme de la formation

M 1 : Retour sur la notion d'accueil dans une entreprise privée ou publique

- Qu'est ce que l'accueil ? Pourquoi se former à l'accueil dans une entreprise
- Comprendre le principe de la qualité de service à l'accueil
- Focus sur la notion de confidentialité et de discrétion

M 3: Les techniques de l'accueil téléphonique dans une entreprise

- Identifier et maîtriser le vocabulaire conventionnel du téléphone professionnel
- Assurer une réception téléphonique
- Intégrer les techniques particulières propres à l'accueil téléphonique en entreprise :
 - Transférer un appel
 - Prendre un message, mettre en attente
 - Gérer les doubles appels

M 2 : Les fondamentaux de l'accueil en entreprise

- Les principes fondamentaux : Le regard, le sourire, les silences
- La gestion de l'espace
- La gestion de l'espace ou la proxémie
- Les postures à adopter, les attitudes à éviter
- Les notions fondamentales du langage

M 4 : Traiter professionnellement les demandes des visiteurs, clients

- CRM, E-crm et ERP
- Identification de son interlocuteur
- Conduire et maîtriser l'entretien de vente
- Argumentation commerciale
- Maîtriser les situations fragiles
- Conclure et prendre congé : connaître les bonnes pratiques
- Maîtriser les situations fragiles



16 HEURES

FORMATION TECHNIQUE DE VENTE

FORMATION TECHNIQUE DE VENTE

Objectifs de la formation

Acquérir la notion de culture commerciale en développant son efficacité commerciale de la préparation à la conclusion

A l'issue de cette formation, vous serez en mesure de :

- Procéder, avec méthode, au déroulement de son entretien de vente
- Développer son leadership relationnel en face à face, renforcer sa force de persuasion en clientèle



Programme de la formation

M 1 : Introduction : retour sur les notions de la vente en BtoB

- Identifier les compétences indispensables pour être un bon vendeur, qu'est-ce que la vente ? (produits, services, etc.)
- Quelles sont les étapes de la vente en BtoB, Quelles différences avec le BtoC ?

M 3: Appréhender les savoir-faire et savoir-être du commercial

- Contrôler ses attitudes (l'importance du non verbal),
- Réussir son premier contact : Savoir créer un climat de confiance et d'empathie dès les premières secondes
- Retour sur la communication non verbale : l'image que je renvoie
- Comment travailler sa synchronisation verbale et non verbal
- Comprendre ce qu'est le sens du service pour assurer une relation sereine ?

M 2 : Assurer la préparation d'un entretien commercial ou d'une visite client avec méthode

- Cerner les enjeux d'un rendez-vous clientèle réussi
- Savoir définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs ambitieux et réalistes (Présentation ou validation de closing)
- Collecter les informations sur l'entreprise et son interlocuteur (historique, chiffres, etc.)

M 4 : Appréhender les 7 étapes de la vente ou comment conduire un entretien de vente efficace en BtoB

- Les premières minutes : savoir se présenter à l'accueil
- La prise de contact
- Conduire et maîtriser l'entretien de vente
- Argumentation commerciale,
- Conclure et prendre congé : connaître les bonnes pratiques

EMARKETING.TN



12 HEURES

FORMATION RÉDACTION PRESSE

FORMATION RÉDACTION PRESSE

Objectifs de la formation

Cette formation complète vous permet : • Maîtriser les techniques d'écriture journalistiques du communiqué de presse.

- Élaborer et structurer un communiqué de presse.
- Être synthétique tout en délivrant le message essentiel.

A l'issue de cette formation, vous serez en mesure de :

- Rechercher un angle.
- Définir le message essentiel.
- Distinguer les différents genres journalistiques.



Programme de la formation

M 1 : Introduction : S'initier aux différents styles d'écriture journalistique

- De l'édito à l'article de fond
- Appréhender les fondamentaux de l'écriture journalistique
- Écrits professionnels : développer ses capacités de rédaction
- Définir le sujet : identifier la bonne information à communiquer

M 3: S'approprier les techniques et pratiques d'écriture journalistique

- Savoir rédiger une accroche en accord avec le style journalistique
- Appréhender le style, les effets de style d'un article
- Appréhender les techniques de rédaction des titres et des intertitres

M 2 : Adopter une démarche journalistique, les méthodes clés :

- Définir un angle de traitement journaliste pour son article
- Sélectionner, collecter, hiérarchiser l'information
- Assimiler les principes fondamentaux de l'écriture journalistique

M 4 : Faire face aux contraintes journalistiques

- Apprendre à remettre en forme et à l'adapter au lectorat
- Focus sur les niveaux de lisibilité et de lecture
- Réécriture et mise en valeur d'un élément : les bonnes pratiques
- Vulgariser et simplifier l'écriture d'un article



12 HEURES

FORMATION RÉDACTION CRÉATIVE

FORMATION RÉDACTION CRÉATIVE

Objectifs de la formation

Ce module, conçu sous forme d'atelier, répond aux exigences de compétences rédactionnelles et créatives de nombreux métiers, en entreprise comme en institutions publiques, ou au désir personnel d'améliorer son style et de mener à bien des projets d'écriture.

A l'issue de cette formation, vous serez en mesure de :

- Maîtriser la création de contenu
- Savoir comment stimuler votre processus créatif
- Proposer des contenus originaux et bien pensés
- Savoir s'adapter aux médias et au public ciblés
- Faire de votre passion une activité professionnelle



Programme de la formation

M 1 : Introduction : Rédiger pour être lu

- Acquérir une base théorique minimale pour améliorer la communication écrite et utiliser une écriture efficace.
- Découvrir et apprendre à utiliser les techniques de la communication.
- Le choix du vocabulaire. La construction des phrases.

M 2 : Les techniques rédactionnelles de divers genres

- les œuvres de fiction
- les pièces de théâtre
- la poésie
- les scénarios
- l'écriture de soi (l'autobiographie par exemple)

M 3: Proposer des contenus originaux et bien pensés

- La densité de l'écriture.
- Clarifier son message
- Utiliser le mot juste
- Lever ses blocages

M 4 : Ecrire pour communiquer

- Connaître le processus d'écriture
- Découvrir les stratégies rédactionnelles
- Adapter son style
- rouver son propre style

Nos Références



EMARKETING.TN /IMSC

Adresse Tn : Imm. BABEL, Bloc D - 3eme

Étage, Bur. N°6, Montplaisir 1073 TN

Adresse Fr : 141 Avenue Félix Faure -
75015 Paris France

Tél TN : +216 98 72 77 14

Tél FR : +33 6 44 68 45 46

Site Web : www.emarketing.tn

