

PARCOURS CERTIFIANT

WEBMARKETING



DURÉE
5 jours
35h



FORMAT
Intra
Présentiel/
Viso



DÉLAIS D'ACCÈS
Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 15 jours avant le début de la formation, sous réserve de places disponibles.



ACCESSIBILITÉ
Nous nous adaptons pour répondre aux besoins spécifiques de chaque situation de handicap.

Objectifs

- Mettre en place une stratégie webmarketing
- Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing
- Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing

Moyens pédagogiques

Support de formation électronique fournis, exercices, cas pratiques et évaluations proposées durant la formation

Formateurs

Consultant formateur en webmarketing

Équipement

Ordinateur

Tarif

2 500 euros

Prérequis

Justifier d'un projet de déploiement d'une stratégie webmarketing pour son entreprise et disposer d'une appétence aux outils numériques

Pour qui ?

La formation et la certification s'adressent aux dirigeants de TPE, PME et à leurs collaborateurs directs qui souhaitent intégrer à leur organisation une stratégie webmarketing en vue de développer leur activité

Certification

Cette formation vous prépare à la certification "Développer son activité avec le webmarketing » enregistrée à France Compétences sous le numéro RS5210

PROGRAMME

DÉFINIR LES OBJECTIFS WEBMARKETING DE L'ENTREPRISE (C1) (1H PRÉSENTIEL) (1H E-LEARNING & VISIO)

- Données clés sur le webmarketing
- Définir vos objectifs SMART sur le court, moyen et plus long terme
- Définir les caractéristiques de sa cible webmarketing
- Gérer votre e-réputation
- Savoir identifier vos concurrents en ligne (décloisonnement zone de chalandise)
Savoir définir vos cibles : persona et ante-persona
- Maîtriser les fondamentaux : promesse, ton, preuves, contraintes

CONCEVOIR LA STRATÉGIE WEBMARKETING DE L'ENTREPRISE (C2) (1H PRÉSENTIEL) (1H E-LEARNING & VISIO)

- Connaître les différents leviers digitaux /avantages et inconvénients
- Savoir définir vos cibles : persona et ante-persona
- Mettre en place un budget pour sa stratégie webmarketing
- Choisir les leviers en fonction de son contexte (marché, cible, budget)

ELABORER LE PLAN D'ACTION WEBMARKETING (C3) (3H PRÉSENTIEL) (2H E-LEARNING & VISIO)

- Connaître les différents leviers digitaux /avantages et inconvénients
- Tenir compte de l'adaptabilité des leviers aux potentiels visiteurs en situation de handicap
- Introduction à l'email marketing
- Introduction à Google Ads

METTRE EN ŒUVRE LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL DU SITE (C4) (2H PRÉSENTIEL) (8H E-LEARNING & VISIO)

- Stratégie de mots-clés
- Introduction au référencement
- L'Audit sémantique
- Les facteurs clés de l'optimisation technique
- La soumission et le suivi de l'indexation d'un site
- L'optimisation éditoriale
- Mettre en place une stratégie de netlinking
- Mettre en place le suivi de son référencement

PROGRAMME

METTRE EN ŒUVRE LA COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (C5) (7H PRÉSENTIEL) (5H E-LEARNING & VISIO)

- Créer un brief de campagne d'influence marketing –sélection d'influenceurs
Mettre en place une stratégie de marketing d'influence : Pourquoi, comment ? Pour quels résultats ?
Introduction au web social
- Les grandes étapes d'une stratégie social média
- Sélectionner les réseaux sociaux en fonction de sa cible
- Les réseaux sociaux grand public
- Les réseaux sociaux professionnels
- Mettre en place le suivi de ses actions sur les réseaux sociaux
- Communiquer avec les influenceurs

ELABORER UN DISPOSITIF DE PILOTAGE (2H) (1H PRÉSENTIEL) (1H E-LEARNING & VISIO)

- Calculer un coût d'acquisition sur différents canaux digitaux
- Le suivi de l'audience et des résultats
- Mettre en place des tableaux de bords de suivi de ses actions webmarketing
- Mettre en correspondance les ressources mobilisées et les résultats obtenus