« Développer son activité avec le webmarketing »

Objectifs pédagogiques

1. Mettre en place une stratégie webmarketing.
2. Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing.
3. Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing.

Durée

35 heures

Prix

3500 € / Tarif horaire: 100 €/h

Public cible

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 afin de développer leur activité.

Prérequis

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

Certification visée

Cette formation prépare à la certification « Développer son activité avec le webmarketing » enregistrée à France Compétences sous le numéro RS7076.

Plan de la formation

C1 – Définir les objectifs webmarketing de l'entreprise (2 h)

- Données clés sur le webmarketing
- Se fixer des objectifs SMART
- Définir les caractéristiques de sa cible webmarketing
  Cas pratiques : préciser son positionnement, sa cible et définir ses objectifs SMART

C2 – Concevoir la stratégie webmarketing de l'entreprise (2 h)

- Les principaux leviers d'acquisition : avantages et inconvénients
- Mettre en place un budget pour sa stratégie webmarketing
- Choisir les leviers en fonction de son contexte (marché, cible, budget)
  Cas pratiques : concevoir les grandes lignes de sa stratégie webmarketing et y associer un budget

C3 – Élaborer le plan d'action webmarketing (5 h)

- Les actions à prévoir par levier digital
- Tenir compte de l'adaptabilité des leviers aux visiteurs en situation de handicap
- Introduction à l'email marketing
- Introduction à Google Ads
  Cas pratiques : décliner la stratégie webmarketing en plan d'action, y associer un planning et intégrer des fonctionnalités permettant l'accessibilité des contenus aux personnes en situation de handicap

C4 – Mettre en œuvre le référencement naturel du site (12 h)

- 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
  Cas pratiques : proposer un plan d'action dédié au référencement naturel

C5 – Mettre en œuvre la communication sur les réseaux sociaux (12 h)

- 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
  Cas pratiques : proposer un plan d'action dédié aux réseaux sociaux

C6 – Élaborer un dispositif de pilotage (2 h)

- Le suivi de l'audience et des résultats
- Mettre en place des tableaux de bord de suivi de ses actions webmarketing
- Mettre en correspondance les ressources mobilisées et les résultats obtenus
  Cas pratiques : mettre en place des indicateurs de performance

---

Modalités pédagogiques

- Formation 100 % en ligne sous forme de classes virtuelles synchrones.
- Présence d'un formateur en direct pendant toute la durée de la formation.
- Planning détaillé communiqué en amont avec dates et horaires des sessions.
- Outils de chat et possibilité de prise de parole via caméra et micro.
- Sessions enregistrées ; replays disponibles à l'issue de la formation.
- Extranet dédié pour les supports, l'émargement et le suivi des connexions.

Évaluations et certification

- Cas pratiques et quiz à la fin de chaque chapitre pour valider progressivement les acquis.
- Mise en situation professionnelle portant sur un projet de développement d'activité avec le webmarketing.
- Remise d'un rapport écrit sous 15 jours puis soutenance orale de 25 minutes devant un jury.
- Taux de réussite à l'examen disponible sur notre site.

Accessibilité handicap

Notre référent handicap se tient à votre disposition dès l'inscription pour adapter, si besoin, les modalités techniques et pédagogiques ainsi que les conditions d'examen.

Formateur

Consultant·e formateur·trice en webmarketing.