

Developper son activite avec le webmarketing

L'apprenant aura mis en place sa stratégie de marketing et de communication digitale et saura communiquer efficacement auprès de sa cible

Durée : 36 heures (réparties sur 4 semaines)

Tarifs : 1 690€ HT

Public cible :

La formation et la certification s'adressent à un public de **professionnels** souhaitant mettre en place une stratégie de webmarketing en vue de développer l'activité de leur entreprise.

Prérequis :

- Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet.
- Avoir une adresse e-mail personnelle ou professionnelle
- Disposer d'un ordinateur et d'un Smartphone
- Avoir une bonne connexion Internet pour que les vidéos se chargent de manière fluide
- Enfin, être dans un environnement calme pour suivre la formation dans les meilleures conditions

Délais d'accès :

- Financement CPF, FAF, OPCO : dès le dossier validé (minimum 2 semaines)

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

Contenu de la formation

La formation est séquencée en plusieurs modules, répartis sur 4 semaines :

Semaine 1

1. Construire son activité sur des bases marketing et communication solides (3h)

- a. L'étude de marché
- b. Auditer sa présence en ligne et optimiser son offre
- c. Connaître son persona / client idéal
- d. Avoir une identité visuelle forte
- e. Test de connaissances et mise en pratique

2. Comprendre les enjeux du webmarketing et élaborer sa stratégie (5h)

- a. L'inbound et l'outbound marketing : tour d'horizon des leviers d'acquisition numérique
- b. Social Media Management (SMO), Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Advertising (SEA)
- c. Définir son entonnoir d'acquisition / marketing funnel
- d. Se fixer des objectifs SMART et définir ses KPI (indicateurs de performance)
- e. Réaliser une veille et bâtir son e-réputation
- f. Test de connaissances et mise en pratique

A l'issue de la semaine 1, une classe virtuelle en direct (2h) est organisée par la formatrice pour faire le bilan des modules 1 et 2, répondre aux questions des apprenants et corriger les travaux réalisés.

Semaine 2

3. Mettre en place une stratégie social media (8h)

- a. Cartographie des réseaux sociaux
- b. Définir une ligne éditoriale et construire un calendrier éditorial
- c. Comprendre les algorithmes
- d. Instagram : créer et optimiser son compte, les différents formats, les statistiques
- e. Facebook : créer et optimiser sa page, les différents formats, les statistiques
- f. Les autres réseaux sociaux grand public : communiquer sur X (ex-Twitter) en tant que professionnel, booster sa visibilité grâce aux vidéos sur TikTok
- g. LinkedIn : optimiser son profil, créer ou optimiser sa page entreprise, bonnes pratiques
- h. Marketing d'influence : présentation, trouver les influenceurs pertinents et mettre en place une campagne, analyse des performances

- i. Test de connaissances et mise en pratique

A l'issue de la semaine 2, une classe virtuelle en direct (2h) est organisée par la formatrice pour faire le bilan du module 3, répondre aux questions des apprenants et corriger les travaux réalisés.

Semaine 3

4. Créer des visuels professionnels avec Canva (2h)

- a. Présentation de Canva (version gratuite)
- b. Personnalisation de son compte Canva : identité visuelle, marque, dossiers
- c. Création de modèles de visuels pour Instagram (stories, carrousels, reels)
- d. Création d'images de couverture pour la page Facebook, le compte X (ex-Twitter) et la page LinkedIn
- e. Adapter les visuels selon les formats de chaque réseau social

5. Enrichir sa base de données clients et communiquer via l'e-mail marketing (5h)

- a. Introduction à l'e-mail marketing
- b. Zoom sur le RGPD
- c. Les plateformes disponibles
- d. Prise en main de Brevo (plateforme freemium compatible RGPD)
- e. Les règles du copywriting pour convertir ses prospects en clients
- f. Créer un freebie / lead magnet : création du document, rédaction d'une landing page et automatisation de l'envoi du freebie (WordPress / Brevo)
- g. Créer des scénarios / marketing automation
- h. Les statistiques à connaître
- i. Test de connaissances et mise en pratique

A l'issue de la semaine 3, une classe virtuelle en direct (2h) est organisée par la formatrice pour faire le bilan des modules 4 et 5, répondre aux questions des apprenants et corriger les travaux réalisés.

Semaine 4

6. Optimiser le référencement naturel de son site (10h)

- a. Introduction / rappel du principe du SEO
- b. Choisir les bons mots-clés pour son activité et son site
- c. Optimisations techniques de son site (URL, médias, meta description, titre, H1 / H2 / H3)
- d. Présentation et utilisation de l'extension Yoast SEO pour les sites WordPress
- e. Indexer son site via Google Search Console

- f. Créer un blog et rédiger des articles optimisés SEO
- g. Mettre en place une stratégie de netlinking
- h. Suivi du référencement avec Google Analytics
- i. Test de connaissances et mise en pratique

7. Accroître sa visibilité grâce à la publicité en ligne (3h)

- a. Google Ads (SEA) : présentation, création d'une campagne, mesure des résultats
- b. Meta Ads (Facebook et Instagram) : présentation, création d'une campagne, mesure des résultats
- c. Test de connaissances et mise en pratique

A l'issue de la semaine 4, une classe virtuelle en direct (3h) est organisée par la formatrice pour faire le bilan des modules 6 et 7, répondre aux questions des apprenants et corriger les travaux réalisés.

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Maud BARBAUD-DIJOUX, consultante et formatrice en marketing et communication digitale.

Moyens pédagogiques et techniques

Formation disponible en ligne via une plateforme dédiée à laquelle l'apprenant pourra se connecter aux jours et horaires de son choix.

- Accueil des apprenants sur une plateforme e-learning dédiée
- Supports de formation sous forme de vidéos (format PowerPoint avec voix off)
- Mise en avant des bonnes pratiques et des outils recommandés
- Validation des connaissances (au moyen d'exercices pratiques et de quiz)
- Mise à disposition d'un journal de bord à télécharger et/ou imprimer avec les grandes notions de chaque module et des exercices à réaliser au fur et à mesure de la formation
- Classes virtuelles de 3h chaque semaine avec les apprenants pour faire le point sur les modules étudiés et avoir un retour personnalisé sur les travaux soumis par les apprenants. Replay disponible pour les apprenants absents.
- Matériel nécessaire de l'apprenant : connexion Internet, ordinateur et Smartphone

Dispositif de suivi de l'exécution et d'évaluation des résultats de la formation

- Relevé des horaires de connexion de l'apprenant

- Evaluation de l'apprenant tout au long du cursus grâce aux tests de connaissances par module et à la remise d'exercices (par e-mail ou lors des classes virtuelles) avec corrections personnalisées
- Questionnaire de satisfaction en fin de formation
- Questionnaire de formation 30 jours après la fin de la formation
- Remise d'une attestation de formation

Les évaluations d'acquisition des compétences seront menées en conformité avec le référentiel d'évaluation de la Certification RS5210. L'évaluation finale de l'apprenant porte sur 2 éléments :

1. La remise d'une présentation écrite de la stratégie webmarketing de l'apprenant
2. Une soutenance orale à distance présentant cette même stratégie

A l'issue de sa formation et 2 semaines, l'apprenant devra remettre la présentation écrite de sa stratégie webmarketing à l'organisme.

Ensuite, au cours d'une soutenance orale, il présentera cette stratégie devant un jury d'évaluation.

L'apprenant est évalué sur la qualité (fond et forme) de la présentation écrite ainsi que de la soutenance orale.

Certification

La formation mène à la certification "Développer son activité avec le webmarketing" : enregistrée auprès de France Compétences sous le numéro [RS5212](#) par l'organisme certificateur Webmarketing & Com'.

Accessibilité

La formation est totalement en ligne et est donc accessible à toute personne à mobilité réduite.

L'organisme de formation recommande au participant de signaler, dès son inscription, la nature de son handicap ainsi que ses besoins spécifiques, afin de l'accueillir dans des conditions optimales.

Contact handicap : Maud BARBAUD-DIJOUX
07 67 50 34 25 / maud@lebureaumarketing.com