

PROGRAMME

WEB MARKETING

Durée : 14 heures soit 2 jours de formation

Lieu de la formation : Dans nos locaux ou dans vos locaux

Organisation de la formation : En inter ou intra entreprise

Public : Toute personne souhaitant développer ses compétences en web marketing :

- Responsables marketing / communication
- Chefs d'entreprise ou créateurs d'entreprise
- Chargés de communication digitale

Pré Requis : Aucun pré-requis

Type d'action de formation (art. L6313-1 du code du travail) : Action d'adaptation et de développement des compétences

Evaluation de la formation :

- Évaluation formative en cours de formation (QCM, quiz, mises en pratique)
- Évaluation finale via un quiz de validation des acquis
- Attestation de formation (Un contrôle de connaissance sera effectué à l'issue de chaque module)

Suivi d'exécution : Emargement à signer sur notre plateforme *EasySign*

Contrôle qualité : En fin de session, chaque stagiaire remplit un questionnaire d'évaluation de stage destiné à améliorer nos services dans une démarche qualité par le biais d'*Eval'One*.

Présentation de la formation :

Le développement du numérique et des comportements d'achat en ligne a profondément transformé les leviers marketing. Aujourd'hui, les entreprises doivent intégrer les outils du web marketing pour améliorer leur visibilité, capter de nouveaux clients, fidéliser leur audience, et rester compétitives dans un marché en constante évolution.

Cette formation vise à fournir aux professionnels les compétences nécessaires pour concevoir, déployer et optimiser une stratégie web marketing efficace, adaptée aux besoins spécifiques de leur activité.

Objectifs pédagogiques : A l'issue de cette formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les fondamentaux et les enjeux du web marketing.
- Élaborer une stratégie web marketing multicanal.
- Optimiser la visibilité d'un site web (SEO / SEA).
- Utiliser les réseaux sociaux comme levier de communication et de conversion.
- Mettre en œuvre une stratégie de contenu pertinente (content marketing).
- Analyser les performances grâce aux outils de web analytics.

Démarche pédagogique :

- Entretiens & questionnaires préparatoires
- Apports théoriques avec un support papier ou sur support dématérialisé
- Exercices pratiques & mises en situations
- Présentation de la formation avec la mise en œuvre des moyens audiovisuels appropriés
- S.A.V. de 3 mois à l'issue de l'action de formation

Contenu pédagogique :**Jour 1 – Fondamentaux et leviers d'acquisition**

- 1. Introduction au Web Marketing**
 - Définitions et enjeux
 - Évolution des pratiques et des usages numériques
 - Panorama des outils et canaux web
- 2. Stratégie digitale**
 - Définir ses objectifs (notoriété, acquisition, fidélisation)
 - Identifier ses cibles et construire des personas
 - Choisir les bons canaux selon les objectifs
- 3. Référencement naturel (SEO)**
 - Fonctionnement des moteurs de recherche
 - Optimisation on-page et off-page
 - Outils d'audit SEO
- 4. Référencement payant (SEA)**
 - Google Ads : principes de fonctionnement
 - Structuration des campagnes
 - Pilotage et mesure de performance

Jour 2 – Conversion, contenu et analyse

- 5. Content marketing**
 - Rôle du contenu dans le parcours client
 - Rédaction web et storytelling
 - Planning éditorial
- 6. Réseaux sociaux**
 - Définir une ligne éditoriale par réseau
 - Planification, publication et animation
 - Publicité sur les réseaux (Meta Ads, LinkedIn, etc.)
- 7. Email marketing et automatisation**
 - Construire une campagne emailing performante
 - Outils de marketing automation
 - Segmentation et personnalisation
- 8. Web Analytics**
 - Introduction à Google Analytics 4
 - Suivi des indicateurs clés (KPI)
 - Tableaux de bord et reporting