

216 rue Maurice Le Boucher - ZA de Tournezy - 34070 MONTPELLIER  
TEL : 01 75 43 06 16 Mail : formatecgestion@gmail.com  
N° FORMATEUR : 11755884575 - Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160

**Mise à jour le 13.07.2022**

## **DEVELOPPER SON ACTIVITE AVEC LE WEBMARKETING**

**Durée** : 5 jours (35 heures)

**Niveau et public** : Débutants / Intermédiaires. Responsable et Chargé de communication, Chef de projet, Indépendant, Entrepreneur...

**Prérequis** : Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet.

**Formateur** : Consultant formateur Webmarketing.

**Moyens pédagogiques** : Support de formation électronique fournis. Exercices, cas pratiques et évaluations proposés durant la formation ; formation en distanciel

**Certification** : Cette formation vous prépare à la certification « Développer son activité avec le webmarketing » enregistrée à France Compétences sous le numéroRS5210.

**Objectifs de la formation** :

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

**TARIF : 2100 Euros TTC**

**Résultats attendus** : Acquisition des savoirs et des savoir-faire concernant les leviers du marketing, la mise en place d'une stratégie adaptée, la connaissance des bonnes pratiques pour gérer sa e-réputation et la mise en place d'une campagne d'emailing.

### **Module 1 : Les fondamentaux du webmarketing (7h)**

#### **1. Mettre en place sa stratégie webmarketing**

- ✓ Données clés sur le webmarketing
  - ✓ Les principaux leviers d'acquisition
  - ✓ Avantages et inconvénients de chaque levier
  - ✓ Le suivi de l'audience et des résultats
  - ✓ Se fixer des objectifs SMART
  - ✓ L'analyse du contexte et l'orientation stratégique
  - ✓ Suivre son e-réputation
  - ✓ Mettre en place une veille webmarketing
- Cas pratiques : Préciser sa cible et définir ses objectifs SMART

#### **2. Le référencement payant : Google Ads**

216 rue Maurice Le Boucher - ZA de Tournezy - 34070 MONTPELLIER  
TEL : 01 75 43 06 16 Mail : formatecgestion@gmail.com  
N° FORMATEUR : 11755884575 - Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160

- ✓ Introduction à Google Ads
  - ✓ Création d'une campagne
  - ✓ Suivi et reporting
  - ✓ L'optimisation d'une campagne
- Cas pratiques : Atelier découverte Google Ads

### **3. L'email marketing**

- ✓ Les solutions d'email marketing
  - ✓ Mettre en place une campagne emailing
  - ✓ Conseils pour une stratégie d'email marketing performante
- Cas pratiques : Atelier créer une campagne d'email marketing

<b>Module 2 : Les fondamentaux du référencement (14h)</b>
-----------------------------------------------------------

#### **1. Introduction**

- ✓ Marché des moteurs de recherche, piliers et étapes du référencement.

#### **2. L'Audit sémantique**

- ✓ Identification des mots-clés et outils à utiliser.
- Cas pratique 1 : Réaliser son premier audit sémantique

#### **3. Les facteurs clés de l'optimisation technique**

- ✓ Comment les moteurs analysent votre site
  - ✓ L'optimisation des titres et metas
  - ✓ L'optimisation du contenu, des images et des vidéos
  - ✓ L'optimisation des URL du site
  - ✓ L'optimisation de la navigation et du maillage interne
  - ✓ Les critères d'analyse du comportement de l'internaute
  - ✓ L'optimisation pour un usage mobile
  - ✓ Les techniques d'optimisation spécifiques aux CMS (Wordpress)
  - ✓ L'impact de l'hébergement et du temps de chargement
  - ✓ Respecter les guidelines des moteurs
  - ✓ S'adapter aux prochaines mises à jour de Google (Les sources à suivre)
- Cas pratique 2 : Optimisation d'une page

#### **4. La soumission et le suivi de l'indexation d'un site**

216 rue Maurice Le Boucher - ZA de Tournezy - 34070 MONTPELLIER  
TEL : 01 75 43 06 16 Mail : formatecgestion@gmail.com  
N° FORMATEUR : 11755884575 - Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160

- ✓ Comment soumettre son site aux moteurs
  - ✓ Maitriser l'indexation de son site
- Cas pratique 3 : Prendre en main Google Search Console

## **5. L'optimisation éditoriale**

- ✓ Qu'est-ce que l'optimisation éditoriale
  - ✓ Mettre en place une charte éditoriale
  - ✓ Comment structurer un article
  - ✓ Cohérence sémantique des contenus
- Cas pratique 4 : Rédaction d'un contenu optimisé

## **6. Mettre en place une stratégie de netlinking**

- ✓ Consignes des moteurs en matière de netlinking
- ✓ Les indicateurs de popularité
- ✓ Mettre en place une stratégie de netlinking pérenne

## **7. Mettre en place le suivi de son référencement**

- ✓ Se fixer des objectifs SMART
- ✓ Google Analytics pour le suivi du référencement
- ✓ Mettre en place un tableau de bord de suivi

<b>Module 3 : Mettre en place une stratégie social media (14h)</b>
--------------------------------------------------------------------

### **1. Introduction au web social**

### **2. L'importance du brief comme point de départ de sa stratégie**

### **3. Les grandes étapes d'une stratégie social média**

- ✓ Définir une charte éditoriale et choisir les réseaux en fonction des objectifs
- ✓ Mettre en place un calendrier éditorial

### **4. Les réseaux sociaux grand public**

- ✓ Communiquer sur Facebook
- ✓ La publicité Facebook

216 rue Maurice Le Boucher - ZA de Tournezy - 34070 MONTPELLIER  
TEL : 01 75 43 06 16 Mail : formatecgestion@gmail.com  
N° FORMATEUR : 11755884575 - Numéro de TVA intracommunautaire : FR54838295160

- ✓ Communiquer sur Twitter
  - ✓ Communiquer sur les réseaux visuels : Instagram, Pinterest...
  - ✓ Les autres réseaux sociaux : Youtube, Snapchat...
- Cas pratiques : s'entraîner à rédiger sur les réseaux sociaux, appréhender les ciblages publicitaires Facebook, réflexion sur sa stratégie social media

## **5. Les réseaux sociaux professionnels**

- ✓ Les alternatives à LinkedIn
  - ✓ Comment utiliser LinkedIn à titre personnel
  - ✓ Organiser la présence de sa société sur LinkedIn
  - ✓ La publicité LinkedIn
- Cas pratiques : échanges autour des profils des participants, créer les grandes lignes de sa charte

## **6. Analyser les résultats de sa stratégie social média**

## **7. Mettre en place une stratégie de marketing d'influence**

- ✓ Pourquoi communiquer auprès des influenceurs
  - ✓ Comment communiquer auprès des influenceurs
  - ✓ Le déroulement d'une opération de marketing d'influence
  - ✓ Mesurer les retombées d'une opération de marketing d'influence
- Cas pratiques : créer un brief de campagne d'influence marketing, faire une sélection d'influenceurs, organiser un événement

PASSAGE CERTIFICATION Afin de valider et obtenir la certification « Développer son activité avec le webmarketing » vous devez réaliser 3 cas pratiques accompagnés d'un oral. Vous avez 15 jours pour réaliser ces 3 cas pratiques et les envoyer. Votre formateur vous contactera ensuite pour planifier un oral où vous aurez à présenter vos résultats et préciser certains éléments. Durant les deux semaines de préparation, vous pouvez poser vos questions. En cas de réussite à l'examen, vous obtiendrez votre certification et pourrez mettre en avant celle-ci sur votre CV. Cette formation prépare à la certification « Développer son activité avec le webmarketing » enregistrée à France Compétences sous le numéro RS5210 par l'organisme certificateur Webmarketing and co'm :  
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/5210/> <https://www.webmarketing-com.com/>