



## Formation Développer son activité avec le webmarketing

Cette formation de 35 heures (réalisée sur 3 mois) s'adresse à ceux qui veulent concevoir et mettre en place leur stratégie webmarketing, grâce à l'utilisation des leviers digitaux (réseaux sociaux, influenceurs, référencement, emailing, Ads).

Cette formation prépare à la certification "Développer son activité avec le webmarketing" enregistrée à France Compétences sous le numéro RS7076 par l'organisme certificateur Webmarketing & co'm.

Durée et lieu :

35.00 heures (3 mois)

Lieu : à distance

Durée: (0.50 jours)

35.00 heures

Lieu : à distance

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 en vue de développer leur activité.

Prérequis

- Justifier d'un projet de déploiement d'une stratégie webmarketing.

Modalités pédagogiques

- 20h de sessions en classe virtuelle
- 14h de vidéos et exercices corrigés en asynchrone -
- 1h en session individuelle

Objectifs pédagogiques 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.

Certification :

Cette formation prépare à la certification "Développer son activité avec le webmarketing" enregistrée à France Compétences sous le numéro RS57076.

## Social Media Lab

923 rue René Cassin  
83150 Bandol  
Email: [hello@socialmedialab.fr](mailto:hello@socialmedialab.fr)  
Tel: 0658859443



### Contenu de la formation

1. Définir les objectifs webmarketing de l'entreprise :
  - Données clés sur le webmarketing
  - Se fixer des objectifs SMART
  - Définir les caractéristiques de sa cible webmarketing
2. Concevoir la stratégie webmarketing de l'entreprise :
  - 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)
3. Élaborer le plan d'action webmarketing :
  - Les actions à prévoir par levier digital
  - Tenir compte de l'adaptabilité des leviers aux potentiels visiteurs en situation de handicap
  - Introduction à l'email marketing
  - Introduction à Google Ads
4. 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 naturel
5. Mettre en œuvre la communication sur les réseaux sociaux
  - Introduction au web social
  - Les grandes étapes d'une stratégie social media
  - 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
6. Élaborer un dispositif de pilotage (2h)
  - 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

## Social Media Lab

923 rue René Cassin  
83150 Bandol  
Email: hello@emmanuellepatry.com  
Tel: 0658859443



### Organisation de la formation

#### Equipe pédagogique

L'équipe pédagogique est composée de professionnels des réseaux sociaux et du marketing digital.

#### Moyens pédagogiques et techniques

- Vidéos sur Kajabi.
- Exposés théoriques sur Zoom
- Ateliers sur Zoom.
- Quiz.
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

#### Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de formation :

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.