



# Développer son activité avec le Webmarketing

**Code GFE :**

GF21U : Communication, médias.

## Certification :

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 & co’m.](#)”

A l’issue de la formation, le stagiaire s’engage à passer l’examen préparant à la certification.

**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.

## Contexte :

Le webmarketing revêt une importance cruciale dans le monde actuel en raison de son potentiel à atteindre et à influencer un vaste public en ligne. Il permet aux entreprises de promouvoir leurs produits ou services de manière ciblée, d’interagir directement avec leur audience grâce aux médias sociaux, et de mesurer efficacement l’efficacité de leurs campagnes. Le webmarketing offre également des possibilités de personnalisation, permettant aux entreprises de s’adapter aux préférences individuelles des consommateurs.

En somme, le webmarketing est essentiel pour rester compétitif dans un environnement numérique en constante évolution.

## Point fort :

Cette formation d’une semaine vous donnera un panorama complet des possibilités offertes par la communication sur Internet. Vous apprendrez à mettre



# Développer son activité avec le Webmarketing

en place une stratégie webmarketing efficace répondant aux objectifs de votre entreprise.

## Objectifs pédagogiques :

À l'issue de cette formation, les apprenants seront en mesure de :

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

## Les résultats attendus :

Cette formation vous prépare à la certification "Développer son activité avec le Webmarketing" attestant des compétences nécessaires à la mise en place d'une stratégie de webmarketing avec une démarche structurée, une communication plus efficiente, une meilleure planification des différentes actions ainsi qu'un suivi et une évaluation des opérations réalisées. A l'issue de la formation, le stagiaire s'engage à passer l'examen préparant à la certification.

## Public :

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.



# Développer son activité avec le Webmarketing

## Méthodes pédagogiques :

- Approche théorique
- Exemples concrets
- Partages d'expériences
- Cas pédagogique en groupe
- Mises en situation, jeux de rôles, co-développement

## Modalités d'évaluation :

- Projets professionnels et présentation orale devant jury
- Certificat de réalisation

<b>PROGRAMME DETAILLE (35 heures)</b>
---------------------------------------

## 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*



# Développer son activité avec le Webmarketing

## 2. Le référencement payant : Google Ads

- 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*

## Module 2 : Les fondamentaux du référencement (14h)

### 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

# Développer son activité avec le Webmarketing

- 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

- Comment soumettre son site aux moteurs
- Maîtriser 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



# Développer son activité avec le Webmarketing

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

## Module 3 : Mettre en place une stratégie social media (14h)

### 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
- Communiquer sur X
- 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 ciblage 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



# Développer son activité avec le Webmarketing

*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*

## Accessibilité

Cette formation est accessible dans un délai de 1 mois. Elle est aménageable sur demande à un public en situation de handicap.

En cas de visioconférence, une aide à la connexion à notre logiciel vous sera transmise en même temps que votre convocation à la formation.

Pour toutes demandes, merci de nous adresser un mail à [contact@stephanie-bertault.fr](mailto:contact@stephanie-bertault.fr) ou de nous appeler au 06 37 58 53 01.

## Durée : 35h

*35 heures sur 5 jours en présentiel ou distanciel - du lundi au vendredi - à Cherbourg en Cotentin en Normandie (50).*



# Développer son activité avec le Webmarketing

## Prochaines sessions en présentiel :

- 15 au 19 avril 2024
- 20 au 24 mai 2024
- 17 au 21 juin 2024
- 16 au 20 sept 2024
- 28 octobre au 1<sup>er</sup> décembre

## En classes virtuelles en journée :

- 06/05/24 au 10/05/24
- 30 /09/24 au 04/10/24
- 11/11/24 au 15 /11/24
- 09/12/24 au 13/12/24

*35 heures sur 10 jours ouvrable consécutif en présentiel - du lundi au vendredi - à Cherbourg en Cotentin en Normandie (50).*

## En classes virtuelles en soirée : de 18h à 21h30

- 15/07/24 au 26/07/24
- 14/10/24 au 25/10/24

## Tarifs :

- 3 115 € nets de taxes (« Exonérée de TVA en vertu de l'article 261-4-4°-a du Code Général des Impôts »)

Notre formation certifiante peut être prise en charge selon les cas par un OPCO, le plan de développement des compétences de votre entreprise (ex-plan de formation), Pôle Emploi ou encore votre Compte Personnel à la Formation CPF. Elles sont référencées sur KEIROS pour le Pôle Emploi.





# Développer son activité avec le Webmarketing

Basée sur l'échange et le partage avec le formateur, notre formation webmarketing est agrémentée de cas pratiques pour vous permettre de mieux assimiler les notions

## Présentation à l'examen :

Pour vous inscrire à l'examen, vous devez avoir assisté aux 35 heures de formation. Pour plus de renseignements sur les dates et les lieux des sessions, nous vous invitons à nous contacter par mail : [contact@stephanie-bertault.fr](mailto:contact@stephanie-bertault.fr)

## Inscription :

Processus de candidature : afin de s'inscrire à la certification, le candidat devra transmettre son dossier de candidature accompagné d'un CV à jour.

Adaptation des conditions d'examen pour les personnes en situation de handicap : le référent handicap prendra en compte dès l'inscription du candidat sa situation de handicap, si celle-ci est mentionnée. Il sera alors proposé au candidat un entretien afin d'envisager avec lui les aménagements qui pourront être apportés.

## Modalités d'évaluation :

Mise en situation professionnelle portant sur l'élaboration d'une stratégie webmarketing avec soutenance orale et remise d'un rapport. Le candidat a 15 jours de préparation avant la remise de ses écrits. L'écrit est ensuite suivi d'une présentation orale de 20 minutes devant un jury.

## Sanction :

Un certificat de réalisation est remis au stagiaire (particulier) ou adressé au commanditaire employeur ou à l'OPCO (selon le financeur désigné pour ladite formation).

Un certificat de réussite vous est remis pour donner suite au passage des épreuves avec succès.

Certificateur : [Webmarketing & co'm](http://Webmarketing & co'm)



# Développer son activité avec le Webmarketing

## Débouchés potentiels :

Responsable Marketing Digital (Webmarketing), Chef de projet Digital, Community Manager, Social Media Manager...