

Webmarketing

Réf. : FT-WEB-WMKT-LGR

Durée formation : 2 jours - 14 heures

Objectifs : Connaître les principales techniques du webmarketing et gérer les différentes communautés en ligne d'une entreprise.

Public : Toute personne chargée de communication.

Pré-requis : Être à l'aise avec la navigation internet et les réseaux sociaux.

Méthode pédagogique : Formation pour maîtriser les grands principes du Webmarketing et faire de son site Internet un outil de développement commercial. En groupe avec un formateur. L'échange est favorisé et encouragé par des temps de synthèse et de question réponse. Alternance théorie et pratique.

Accompagnement possible dans la création des comptes d'outils Webmarketing. Les apports méthodologiques sont illustrés d'exemples puis concrétisés à partir d'une recherche collective sur l'application possible en situation.

Déroulement de la formation : Mise à disposition d'une salle de formation équipée d'ordinateurs, licences à jour, de vidéo-projecteur, de tableau blanc. Accueil du/des stagiaire(s) 15 minutes avant le démarrage de la formation autour d'un café.

Suivi : **Avant la formation**, le participant est invité à compléter un **questionnaire d'évaluation avant formation**. Il pourra être audité par le formateur et/ou le conseiller commercial. **En début de formation**, le participant est invité à exprimer ses attentes afin de valider l'adéquation entre les objectifs individuels et de formation. Ces attentes seront reprises lors de la séquence d'évaluation de la formation pour relever, en tour de table, le niveau d'attente exprimé par le participant ainsi que sa satisfaction vis-à-vis du contenu et du déroulement de la formation. Une **fiche d'évaluation « à chaud »** sera remplie par le stagiaire. Un **compte-rendu de formation** sera rédigé par le formateur à l'issue de la formation. Une **fiche de suivi « post-formation »** sera remplie par le stagiaire 3 mois après la formation afin de vérifier l'utilité de celle-ci.

Moyen de suivi de la formation : Emargement.

Évaluation des acquis : Réalisation d'un exercice pratique reprenant les notions abordées lors de la formation et/ou d'un quizz.

Validation : Une attestation de fin de formation sera remise à l'issue de la formation.

Certification TOSA® : Questionnaire en ligne intégrant QCM et exercices pratiques en condition d'examen en fin de formation (en option, + 1h15). **Éligible CPF :** Oui.

1^{ER} JOUR

1. DÉFINITION, APPROCHE, CIBLE ET STRATÉGIE

- Définition du webmarketing dans la sphère du marketing digital.
- Définir et identifier ses cibles :
 - o Portrait-robot de sa cible idéale.
- Faut-il être présent partout (Facebook, Instagram, Twitter, Periscope, Google +, Pinterest, Youtube, LinkedIn, SnapChat..).
- Différence entre comportement clients en ligne et hors ligne.

2. ELABORER UNE STRATÉGIE DE CONTENU WEB

- Planifier la stratégie commerciale sur le Web et les priorités d'action de communication.
- Construire son Identité visuelle sur le web.
- Utiliser tout le potentiel numérique comme outil de communication.
- Les bonnes pratiques et les pièges à éviter en matière de conception de site Web.
- Comment les moteurs de recherche voient les pages Web.

3. LE RÉFÉRENCIEMENT ET LES TECHNIQUES D'OPTIMISATION

- Le référencement web 2.0.
- Principaux moteurs, caractéristiques et principes de fonctionnement.
- Annuaire généralistes et les annuaire pro.
- Focus sur le blog d'entreprise.
- Comment améliorer votre positionnement sur le moteur de recherche Google.

Webmarketing

Réf. : FT-WEB-WMKT-LGR

Durée formation : 2 jours - 14 heures

2^{ÈME} JOUR

4. LE RÉFÉRENCIEMENT ET LES TECHNIQUES D'OPTIMISATION (SUITE)

- SEM : Search Engine Marketing ou regroupement de techniques marketing (SEO+SEA) :
- SEO : Search Engine Optimization ou référencement naturel :
 - L'organisation des pages.
 - Faites-vous remarquer grâce aux annonces sur les moteurs de recherche.
- SEA : Search Engine Advertising ou référencement payant :
 - Introduction aux liens sponsorisés.
- SMM (Social Media Marketing) et marketing de contenu.
- SMO : Social Media Optimization ou pratiques d'optimisation de présence sur les réseaux sociaux
- SMA : Social Media Advertising ou pratiques payantes sur les réseaux sociaux.
- Codes et règles des principaux réseaux sociaux.

5. LES OUTILS DU WEBMARKETING

- Premiers pas avec le marketing de contenu.
- Les outils requis pour un marketing en ligne.
- Quelques outils pour gérer les réseaux sociaux.

6. CERTIFICATION TOSA® DIGCOMP ET CODE CPF (EN OPTION)

- Cette formation prépare à la Certification TOSA® DigComp.
- Code correspondant sur le site officiel du CPF : www.moncompteformation.gouv.fr.