

MARKETING DIGITAL

FORMATION DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ AVEC LE WEBMARKETING - en présentiel

*L'objectif de ce programme est d'accompagner les professionnels de tout horizon à mettre en place une stratégie webmarketing efficace et réaliste.
35h en présentiel et en individuel*

Public cible

- La certification s'adresse à un public de professionnels souhaitant mettre en place une stratégie de webmarketing en vue de développer l'activité de leur entreprise.
- Salariés
- Entreprise

Prérequis

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

Objectifs pédagogiques

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

Contenu de la formation

- 1. Stratégie de Webmarketing
 - Les bases du marketing en ligne
 - Identification des forces et faiblesses internes de l'entreprise
 - Evaluation des opportunités et menaces externes du marché
 - Audit de la présence en termes de visibilité sur internet
 - Analyse approfondie du contexte de l'entreprise
 - Définition du projet envisagé
 - Identification des axes prioritaires au cœur de la stratégie Webmarketing
 - Appliquer la méthode SMART pour définir des objectifs pertinents
 - Définition des ressources financières, humaines et organisationnelles nécessaires au projet
 - Analyser les diverses stratégies de promotion et d'acquisition de trafic en ligne
 - Choisir les approches les plus pertinentes en cohérence avec les objectifs spécifiques du projet
 - Établir un calendrier éditorial afin de structurer et planifier les tâches à accomplir
 - Influence et gestion des avis de consommateurs.
 - Définition de son périmètre de veille et de ses objectifs
 - Analyse des indicateurs clés de performance

- Évaluation de l'impact des actions entreprises
- Qu'est-ce que le ROI ?
- Les différents outils d'analyse pour une stratégie efficace
- Évaluer la performance des différentes initiatives mises en place, en analysant comment elles contribuent à la visibilité et à la réputation de l'entreprise
- Tester, optimiser et analyser les stratégies de marketing de canal pour assurer une amélioration continue
- 2 - Campagne et référencement
 - Qu'est-ce que le référencement ?
- Audit
 - Analyse des mots-clés employés par les utilisateurs afin de les harmoniser de manière cohérente avec les objectifs spécifiques de l'entreprise
 - Apprendre à faire un Audit Sémantique
- Référencement payant
 - Choix stratégique des mots-clés
 - Créer des annonces ciblées avec Google Adwords
 - Diffuser des publicités professionnelles sur la plateforme LinkedIn
 - Définir des critères précis pour atteindre l'audience idéale avec Facebook Ads
- Performance technique du site et axes d'amélioration
 - Techniques d'optimisation spécifiques aux CMS (Wordpress)
 - Exploration des outils de veille en ligne tels que les alertes Google, les agrégateurs de contenu, les flux RSS, et les plateformes de surveillance des médias sociaux.
 - Optimisation du contenu, des url et de la navigation
- Moteurs de recherches
 - Processus de soumission d'un site aux moteurs de recherche
 - Indexation de nouveaux sites et pages au moteur de recherche
 - Utilisation des méthodes telles que les liens entrants, le maillage interne, ou le formulaire de soumission
- Optimisation éditoriale
 - Qualité du Contenu
 - Comment susciter un intérêt durable
 - Réactivité aux changements du marché, aux tendances émergentes
- Netlinking
 - Développer et à optimiser le réseau de liens pointant vers le site
 - Augmenter la popularité et la crédibilité du site
 - Création de liens de manière stratégique
- Suivi
 - Google Analytics pour le suivi du référencement
 - Concevoir un plan d'action détaillé, aligné sur les objectifs SMART, en spécifiant les étapes, les ressources nécessaires et les délais pour chaque action.
 - Les indicateurs de performance (KPI)
 - Google analytics : analyses détaillées du trafic, des sources et du comportement des utilisateurs
 - Élaborer un tableau de bord offrant une vue synthétique des indicateurs clés de performance (KPI) assurant un suivi efficace
 - Organiser un cycle continu de planification, d'analyse, de mise en œuvre et d'évaluation, contribuant ainsi à affiner et optimiser les pratiques de l'entreprise
- 3 - Stratégie Social Média
 - Qu'est ce qu'un réseau social
- Le brief
 - Élaborer une stratégie avec un document clé (le brief) définissant les bases nécessaires à la réussite de son projet
 - Établissement d'objectifs clairs et d'indicateurs de performance afin que le plan d'action devienne un outil de gestion permettant de suivre et d'ajuster les actions en cours de route.
 - Les impacts de l'e-réputation sur la marque.
- La stratégie
 - Elaborer une charte éditoriale en alignement avec les objectifs, incluant le choix des réseaux sociaux adaptés

LOMEDIS

68 rue André Karman
93300 Aubervilliers
Email: pedagogie@lomedis.com
Tel: +33189715598



- Optimisation des contenus pour un meilleur référencement naturel
- Les différents réseaux sociaux
 - La différence entre les réseaux professionnels et grand public
 - Panorama des formats social ads. Tendances sur les derniers formats.
 - Les étapes-clés d'une campagne de publicité sur les médias sociaux.
 - Présentation des différents formats publicitaires disponibles.
 - Choix du contenu à mettre en avant pour valoriser son expertise ou sa marque
 - Comparaison entre l'utilisation d'un compte premium et la publicité.
- Évaluer les performances de sa stratégie sur les médias sociaux
 - Explorer les outils de gestion de campagnes Facebook ou Instagram
 - Évaluer les performances d'une campagne sur Facebook Business Manager.
 - Lancer une campagne par plateforme.
 - Les réseaux sociaux et l'e-réputation: Les enjeux des réseaux sociaux pour les acteurs économiques.
 - Évaluer l'efficacité d'une campagne social paid.
 - Démonstration du pixel de tracking
- Le Marketing d'influence
 - Recherche approfondie pour identifier les influenceurs qui correspondent le mieux à la marque et à ses valeurs
 - Élaborer une Stratégie de Communication avec les Influenceurs
 - Évaluation des résultats en termes de performance, d'engagement, et d'impact sur les objectifs définis
 - Indicateurs clés de performance (KPIs)
 - Evaluation de l'efficacité de sa stratégie
 - Examiner les résultats avec des outils comme Twitter Analytics ou Facebook Insight
 - Analyser toutes les métriques afin d'optimiser continuellement la présence et l'influence de l'entreprise sur les réseaux sociaux

Politique tarifaire

Prix de la formation : 3800.00 €

Durée de la formation : 35.00 heures

Modalités de règlement :

- Dispositif Plan de développement : OPCO
- Dispositif CPF : Caisse des Dépôts et Consignation à l'issue de la formation
- Formation en direct (pas d'intermédiaire) : Acompte de 30 % au démarrage de la formation – 70 % à l'issue de la formation

Lieu de la formation

- Formation à distance : Plateformes utilisées en fonction de l'intervenant : Zoom, Skype, Teams....
- Formation entreprise (présentiel) : l'intervenant se déplace en entreprise ou chez le stagiaire.

Délai d'accès

A partir de son inscription, l'apprenant a un délai à minima de 14 jours ouvrés avant le démarrage de la formation dans le cas d'un programme en CPF.

Equivalences et passerelles

- Equivalences : Sans équivalence
- Passerelles : Non concerné

LOMEDIS | 68 rue André Karman Aubervilliers 93300 |

Numéro SIRET: 52939489200010 | 8559A | Numéro de déclaration d'activité: 11 93 06128 93 (auprès du préfet de région de: Bobigny) ce n° d'enregistrement ne vaut pas agrément de l'état | FR02529394892

©LOMEDIS 2023 - Tous droits réservés

LOMEDIS

68 rue André Karman
93300 Aubervilliers
Email: pedagogie@lomedis.com
Tel: +33189715598



Accessibilité

LOMEDIS s'assure que la formation proposée puisse être accessible aux personnes en situation de handicap. Notre référent handicap vous accompagnera dans votre projet de formation afin d'anticiper ensemble les aménagements éventuels à mettre en œuvre pour favoriser la réussite de votre parcours.

Vous trouverez également sur notre site internet et dans votre espace apprenant le livret "politique du handicap" vous donnant toutes les informations utiles afin de réaliser votre formation dans les meilleures conditions.

Votre contact : Thierry DAHAN
Courriel : handicap@lomedis.com
Téléphone : 06 95 38 65 94

Organisation de la formation

• Equipe pédagogique

LOMEDIS est le spécialiste des parcours de formation personnalisés, en fonction de votre niveau, de votre besoin et des thématiques choisies.

Parcours 100% sur mesure, 100% flexible, 100% progressif.

Notre approche pédagogique innovante et multimodale, à la pointe des nouvelles technologies, permet un apprentissage efficace, motivant et immersif.

Notre équipe pédagogique expérimentée depuis de nombreuses années vous accompagne tout au long de votre parcours de formation.

Notre service administratif vous conseille pour la mise en place et le suivi de vos dossiers de formations.

Un (e) conseiller (ère) pédagogique dédié (e) vous assiste tout au long de votre apprentissage avec des contacts réguliers pour s'assurer du bon avancement de la formation.

Vous disposez d'un espace apprenant comprenant :

- Votre référentiel certification
- Les modalités de certification
- Des supports pédagogiques intégrés par votre formateur
- Vos évaluations de pré formation et post formation

Vous trouverez dans cet espace, l'ensemble des documents nécessaires attestant du bon déroulement de la formation et des enquêtes de satisfaction.

Votre conseiller (ère) vous guidera pour la prise en main de tous les outils que nous mettons à votre disposition.

Votre service administratif :

Ouvert du lundi au jeudi de 9h00 à 17h00 et le vendredi de 9h00 à 12h30.

- Par téléphone : 01 89 71 55 98
- Par mail : administratif@lomedis.com

Votre service pédagogique :

Ouvert du lundi au jeudi de 9h00 à 17h00 et le vendredi de 9h00 à 12h30.

- Par téléphone : 01 89 71 55 98
- Par mail : pedagogie@lomedis.com

Votre référent handicap :

Thierry DAHAN

- Par téléphone : 06 95 38 65 94
- Par mail : handicap@lomedis.com

• Moyens pédagogiques et techniques

LOMEDIS | 68 rue André Karman Aubervilliers 93300 |

Numéro SIRET: 52939489200010 | 8559A | Numéro de déclaration d'activité: 11 93 06128 93 (auprès du préfet de région de: Bobigny) ce n° d'enregistrement ne vaut pas agrément de l'état | FR02529394892

©LOMEDIS 2023 - Tous droits réservés

LOMEDIS

68 rue André Karman
93300 Aubervilliers
Email: pedagogie@lomedis.com
Tel: +33189715598



- **Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation**

- 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

Modalité de certification

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 efficace, 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.

Projets professionnels et présentation orale devant jury

Certification visée : certification détenue par Webmarketing&Com, intitulée 'Développer son activité avec le webmarketing', enregistrée le 30/06/2020 au Répertoire Spécifique de France Compétences sous le numéro RS5210

Capacité d'accueil

Formation en cours individuels

LOMEDIS | 68 rue André Karman Aubervilliers 93300 |

Numéro SIRET: 52939489200010 | 8559A | Numéro de déclaration d'activité: 11 93 06128 93 (auprès du préfet de région de: Bobigny) ce n° d'enregistrement ne vaut pas agrément de l'état | FR02529394892

©LOMEDIS 2023 - Tous droits réservés