



Institut du digital et de l'audiovisuel

# DEVELOPPER SES VENTES AVEC LE WEBMARKETING

## PROGRAMME DE FORMATION

FORMATION CERTIFIÉE ET RECONNUE PAR FRANCE COMPÉTENCES (RS 5210) - ÉLIGIBLE AU CPF  
ORGANISME DE FORMATION ENREGISTRÉ SOUS LE NUMÉRO 76-66-02156-66 SIRET 828 857 334 00027  
/ CODE APE 8559A  
CET ENREGISTREMENT NE VAUT PAS AGRÉMENT DE L'ÉTAT

**Durée :** 120 heures (dont 12 heures de tutorat individuel et 108 heures sur plateforme e-learning )

**Pré-requis :** La formation s'adresse à un public de professionnels souhaitant mettre en place une stratégie de webmarketing en vue de développer l'activité de leur entreprise.

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

**Modalités d'évaluation :** Mise en situation professionnelle portant sur l'élaboration d'une stratégie webmarketing.

**Public concerné :** Tout public

**Délai d'accès :** Les inscriptions doivent être réalisées deux semaines avant le début de la formation.

**Prises en charge possibles :** Éligible au CPF / par Pôle emploi / par votre OPCO / en fonds propres

**Accessibilité aux personnes handicapées :** Le référent handicap prendra en compte dès l'inscription du candidat sa situation de handicap, si celle-ci sera mentionnée. Il sera alors proposé au candidat un entretien afin d'envisager avec lui les aménagements qui pourront être apportés.

**Tarif :** 1800e

**Lieu de la formation :** En présentiel à Cabestany (4 rue Albert Caquot, 66330) pour les heures de tutorat et sur plateforme e-learning.

**Moyens pédagogiques :** Plateforme e-learning + travaux pratiques + tutorat individuel

# CE QUE VOUS ALLEZ APPRENDRE À RÉALISER

## 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
- Acquérir les bases du référencement et des techniques SEO.
- Appréhender le comportement des moteurs de recherche et particulièrement celui de Google.
- Optimiser un site internet pour améliorer son positionnement sur ces moteurs.

Cette formation vous prépare 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.

## MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les participants seront formés par un professionnel du marketing digital et du social selling.

Nos formateurs sont impliqués dans une démarche de qualité pédagogique. Ils sont attentifs et réactifs aux difficultés éventuelles du stagiaire afin d'assurer le bon déroulement de la formation et l'acquisition des compétences.

## COMPÉTENCES ACQUISES EN FIN DE PARCOURS DE FORMATION

- 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

## LES FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL

- Articuler une proposition de valeur
- Segmenter et adapter et son votre offre au marché
- Identifier et localiser ses cibles sur la toile
- Identifier le processus de décision pour communiquer juste
- Identifier les lieux consultés par mes sources : sites web, communautés, réseaux sociaux
- Comprendre le parcours client sur le web, lien entre outils sociaux et sites web
- Les fondamentaux pour convertir ses visiteurs en prospects

## STRATEGIE DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

- Repérer sur le Web différentes pratiques d'entreprises et en conclure leurs stratégies
- Quelles cibles, avec quels moyens, pour quels objectifs?
- Concevoir stratégie de communication digital
- Construire son plan d'action marketing digital
- Planifier ses actions marketing digital à court, moyen et long terme
- Automatiser ses actions marketing
- Evaluer les moyens financiers, humains et organisationnels nécessaires aux actions
- Budgetiser ses actions marketing sur le moyen et long terme

## PRÉSENCE WEB

- Concevoir un interface utilisateur efficace
- Créer des pages web optimisées pour la conversion
- Optimiser ses call-to-action pour booster la conversion
- Comprendre les enjeux de l'e-réputation
- Être un acteur pro-actif de sa e-reputation

## E-COMMERCE

- Le site e-commerce : les bonnes pratiques pour optimiser votre canal de vente digital
- Créer une page produit pour déclencher l'achat

## **VEILLE STRATÉGIQUE**

- Rester en avance avec la veille Stratégique
- Etablir un tableau de veille concurrentielle
- Maîtriser les outils de veille; Google Alertes, LinkedIn, SEMrush....

## **STRATEGIE DE CONTENU**

- Optimiser des contenus pour le Web
- Concevoir une stratégie de contenu adaptée à sa cible

## **E-MAILING**

- Les principales composantes d'un e-mailing
- Les règles pour une Newsletter efficace
- Recruter, fidéliser et amener le consommateur jusqu'au site web
- Mettre en place des actions d'automatisation d'emailing

## **VEILLE STRATÉGIQUE**

- Appréhender les nouveaux codes de communication
- Choisir ses réseaux en fonction de sa cible et de ses objectifs
- Concevoir une stratégie éditoriale : Objectif, cible, ton
- Etre cohérent dans son schéma de communication
- Maîtriser et contrôler son image de marque sur Facebook, Instagram et LinkedIn
- Evaluer la pertinence des réseaux sociaux TikTok, Pinterest, Twitch, Twitter pour sa communication
  - Créer du contenu de qualité
- Concevoir un storytelling et l'intégrer à sa stratégie
- Créer de l'attachement et de l'engagement
- Créer, optimiser et analyser ses campagnes SMA
- Identifier, recruter et intégrer les influenceurs
- Concevoir des visuels et vidéos pour les réseaux sociaux
- Maîtriser ses hashtags & stories
- Analyser la portée de ses publications
- Evaluer et choisir ses outils social media

- Comprendre ce que dit la loi
- Veille et partage de contenus pertinents pour sa cible
- Coopérer avec des administrateurs de pages
- Identifier des partenariats porteurs pour ma stratégie
- Engager des figures d'autorité
- Comprendre le phénomène de viralité

## **MARKETING SOCIAL**

- Appréhender les nouveaux codes de communication
- Choisir ses réseaux en fonction de sa cible et de ses objectifs
- Concevoir une stratégie éditoriale : Objectif, cible, ton
- Etre cohérent dans son schéma de communication
- Maîtriser et contrôler son image de marque sur Facebook, Instagram et LinkedIn
- Evaluer la pertinence des réseaux sociaux TikTok, Pinterest, Twitch, Twitter pour sa communication
- Créer du contenu de qualité
- Concevoir un storytelling et l'intégrer à sa stratégie
- Créer de l'attachement et de l'engagement
- Créer, optimiser et analyser ses campagnes SMA
- Identifier, recruter et intégrer les influenceurs
- Concevoir des visuels et vidéos pour les réseaux sociaux
- Maîtriser ses hashtags & stories
- Analyser la portée de ses publications
- Evaluer et choisir ses outils social media
- Comprendre ce que dit la loi
- Veille et partage de contenus pertinents pour sa cible
- Coopérer avec des administrateurs de pages
- Identifier des partenariats porteurs pour ma stratégie
- Engager des figures d'autorité
- Comprendre le phénomène de viralité

## **RÉFÉRENCIEMENT & SEO**

- Positionner sa stratégie de ciblage mots-clés, phrases-clés
- Créer une stratégie de référencement naturel efficace
- Comprendre les algorithmes des principaux moteurs de recherche
- Maîtriser les techniques d'optimisation de site internet
- Maîtriser la Google Search Console
- Maîtriser l'outil Google Analytics

- Optimiser sa fiche Google My Business pour un référencement local
- Perfectionner sa stratégie de ciblage mots-clés, phrases-clés
- Optimiser ses balises, titres et metadata
- Mieux structurer ses liens internes et liens sortants
- Concevoir du contenu ciblé pour le référencement et adapté à sa cible
- Affiner sa stratégie d'URL
- Construire et optimiser un sitemap
- Planifier sa stratégie de backlink
- Maîtriser les outils de mesure de performance SEO
- Analyser son positionnement et celui de ses concurrents
- Optimiser ses publicités sur les moteurs de recherche
- Recibler ses prospects via le remarketing/retargeting
- Créer des partenariats de référencement offsite
- Créer et optimiser son fichier robot.txt
- Mettre en place des actions de publicité ultra-ciblée.
- Construire un plan de marketing affiliation
- Mieux gérer ses campagnes Social Media avec le Pixel Facebook
- Techniques avancées de SMO : Social Media Optimization
- Optimiser ses campagnes de publicité Google Ads
- Optimiser ses campagnes de publicité Facebook Ads

## **ANALYSE ET PILOTAGE DES ACTIONS MARKETING**

- Les outils de pilotage du plan d'action marketing digital
- Les outils de mesure de la performance
- Analyser la performance de ses actions avec les indicateurs clés ou KPI
- Tracker ses campagnes SEA avec les UTM Google Analytics
- Optimiser ses taux de conversion
- Analyser ses actions Google Ads & Facebook Ads
- Etablir un tableau d'analyse de sa visibilité sur le web et les réseaux sociaux
- Ajuster ses actions en fonction des indicateurs

## **CONTACT**



**idaformation**



**[www.ida-institut.fr](http://www.ida-institut.fr)**



**0448070586**