

# PROGRAMME DE FORMATION :

## Webmarketing visioconférence Développer son activité avec le webmarketing



# 1. INTITULÉ DE LA FORMATION

Formation webmarketing visioconférence - 35h de cours particuliers en ligne - Tout niveau - Certification webmarketing & com

## 2. OBJECTIFS

Le stagiaire souhaitant développer ses compétences en stratégie webmarketing, l'objectif est de lui permettre d'acquérir les savoirs suivants :

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

## 3. PUBLIC CONCERNÉ

Formation tous publics, tous métiers.

## 4. PRÉREQUIS

- Maitrise de la navigation et recherche sur les sites web.
- Maitrise de la messagerie électronique.
- Equipement technique adapté : ligne téléphonique fixe, ordinateur (PC ou MAC) doté d'une carte son, d'une connexion Internet et d'une caméra ou webcam.
- Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet.

## 5. MODALITÉS

Le séquençage de la formation diffère en fonction du niveau initial de l'apprenant.



**Les contenus sont également orientés en fonction des objectifs professionnels du stagiaire.**

**Formation en ligne composée d'une partie en cours individuels et d'une autre basée sur des supports fournis au stagiaire.**

**Une fois votre inscription réalisée, votre formateur vous contactera dans les 15 jours précédant la date de début de votre formation, date à laquelle votre premier cours en individuel se tiendra.**

**Des évaluations sont réalisées au cours de votre formation, elle permettront à votre formateur d'adapter les cours et exercices à votre profil.**

**Le professeur vous guide et vous assignera des exercices tout au long de votre période de formation.**

## **6. DATES**

**Les dates de votre formation sont renseignées dans le corps de l'email de convocation.**

## **7. HORAIRES**

**Les horaires de votre formation sont renseignés dans le corps de l'email de convocation.**

**Assistance pédagogique : disponible du lundi au vendredi de 10h à 18h au 07 83 51 47 58.**

## **8. RÉFÉRENT PÉDAGOGIQUE ET FORMATEURS**

**Chaque formation est sous la responsabilité du directeur pédagogique de l'organisme de formation ; le bon déroulement est assuré par les formateurs désignés par l'organisme de formation.**

**Tous nos formateurs sont sélectionnés pour leur excellence et leurs méthodes pédagogiques.**

**Les personnes chargées d'assister le bénéficiaire de la formation sont sous la supervision de Christophe Sorel, titulaire d'un Master 2 Entrepreneuriat, Directeur des consultants pédagogiques dédiés aux parcours de formation au sein de Clic Compétences.**

## **9. DURÉE**

**La durée minimale de l'action de formation est renseignée dans l'intitulé de la formation au point 1.**

**Elle comprend des cours en individuel avec un formateur.**

## **10. LIEU**

**Formation ouverte à distance réalisée par visioconférence ou téléphone.**

**Pour les personnes en situation de handicap, nous mettrons tout en oeuvre pour vous accueillir ou pour vous réorienter. Vous pouvez nous contacter au 07 83 51 47 58.**

## **11. COACHING ET ACCOMPAGNEMENT**

**Le stagiaire dispose à tout moment d'un coach pour l'accompagner, tout au long de sa formation :**

- Le stagiaire dispose à tout moment d'une hotline téléphonique au 07 83 51 47 58 pour toute question, problème technique ou conseils, il peut également programmer un rendez-vous via notre calendrier de réservation disponible sur [www.clic-competences.fr/rdv](http://www.clic-competences.fr/rdv), ou réaliser une demande d'assistance par email à [cpf@clic-competences.fr](mailto:cpf@clic-competences.fr) ou [arthur@clic-competences.fr](mailto:arthur@clic-competences.fr).**



- Une fois le test d'évaluation validé par le stagiaire au début de sa formation, il peut solliciter son coach pour avoir une démonstration de prise en main par téléphone. Cette démonstration a pour but de le familiariser avec notre outil d'apprentissage et de lui donner des conseils pédagogiques.
- Tout au long de la formation, le coach dispense des conseils pédagogiques au stagiaire et se tient au courant de sa progression par téléphone, e-mail ou SMS.
- A la fin de la formation, le coach fait un bilan pédagogique avec le stagiaire sur ses connexions et progrès réalisés.  
Nos coaches ont reçu une formation initiale dispensée par le responsable pédagogique. Chaque coach est formé régulièrement sur les nouveautés et mises à jour de l'offre de formation.
- Délais de réponse : une assistance sera apportée au stagiaire dans un délai maximum de 5 jours après l'envoi d'un e-mail à l'adresse suivante : [cpf@clic-compétences.fr](mailto:cpf@clic-compétences.fr) ou [arthur@clic-compétences.fr](mailto:arthur@clic-compétences.fr). Notre hotline téléphonique est disponible du lundi au vendredi de 10h à 18h.

## 12 - COURS PARTICULIERS EN LIGNE

### A. Programme des cours

- **Module 1 : Les fondamentaux du webmarketing :**
  - Les bases de la stratégie webmarketing
  - Tendances webmarketing 2022 et leviers d'acquisition
  - Objectifs SMART
  - Contexte et l'orientation stratégique
  - Suivre sa e-réputation et mettre en place une veille
  - L'email marketing
  - Les solutions d'email marketing
  - Mettre en place une campagne emailing performante
- **Module 2 : Les différentes techniques du marketing digital :**
  - Les bases du référencement gratuit (SEO)
  - Identification des mots-clés et outils à utiliser



- Les facteurs clés de l'optimisation technique
  - L'optimisation des titres, metas, images...
  - L'optimisation de la navigation et du maillage interne - Optimisation CMS
- 
- Le suivi de l'indexation d'un site
  - Comment soumettre son site et maîtriser les moteurs
- 
- L'optimisation éditoriale
  - Optimisation de la charte éditoriales, structure des articles...
- 
- Mettre en place une stratégie de netlinking - Consignes des moteurs en matière de netlinking
  - Mettre en place une stratégie de netlinking pérenne et pertinente • Mettre en place le suivi de son référencement
  - Se fixer des objectifs SMART
  - Google Analytics pour le suivi du référencement - Mettre en place un tableau de bord de suivi
- 
- Les bases du référencement payant (SEA)
  - Analyse des mots clefs
  - Création d'une campagne Google Ads
  - Suivi et reporting et optimisation de la campagne
- 
- Module 3 : Mettre en place une stratégie social media :**
- Les grandes étapes d'une stratégie social média
  - Définir une charte éditoriale et choisir les réseaux en fonction des objectifs
  - Les réseaux sociaux grand public
  - Communiquer sur Facebook – Twitter – LinkedIn etc.
  - Analyser les résultats de sa stratégie social média

**Le support de formation sera remis au stagiaire en fin de formation**

## **B. Ressources pédagogiques**

**Il est conseillé au stagiaire de fournir un travail personnel régulier entre les séances de formation.**

**Le stagiaire dispose de ressources pédagogiques, documents et exercices fournis par le formateur.**

**À la fin de chaque cours téléphonique, le professeur indiquera les tâches à effectuer par le stagiaire, au travers de liens postés sur l'espace cours du stagiaire.**

**Au début de chaque cours, le professeur vérifie avec le stagiaire que ces tâches ont bien été effectuées.**

## **C. Encadrement**

**Les professeurs qui dispensent les cours par téléphone sont des professionnels confirmés dans la formation à but professionnel pour un public d'adultes.**

**Tous nos formateurs comptabilisent au moins 2 ans d'expérience en milieu professionnel et sont diplômés.**

**Ils ont été individuellement sélectionnés pour leur qualité de pédagogue et font l'objet d'une évaluation permanente.**

## **D. Calendrier des cours**

**Les professeurs contacteront les élèves afin de connaître leurs créneaux et réserver avec eux les plages de cours. En cas d'annulation, le professeur devra être prévenu en amont selon ses modalités.**

**Le stagiaire organise son travail en ligne en fonction de ses besoins, mais également en fonction des impératifs et créneaux de connexion imposés par son employeur.**

# **13 - SUIVI ET ÉVALUATION DES TRAVAUX ACCOMPLIS PAR LE STAGIAIRE**

**La première session de formation fait l'objet d'un test initial de niveau.**

**Puis, les connaissances du stagiaire sont contrôlées grâce à des tests qui jalonnent la formation de l'apprenant tout au long de son processus d'apprentissage (contrôle continu).**



**Ces tests ont lieu à la fin de chaque session.**

**Le niveau du stagiaire ainsi que ses progrès et son niveau d'assiduité sont ainsi réévalués lors de chaque session.**

**Ces données sont accessibles, à tout moment, au stagiaire comme au formateur et au coach qui suivent le stagiaire. Ils permettent d'apprécier le niveau obtenu par le stagiaire en comparaison avec son niveau initial.**

**Les ressources étudiées lors des sessions de travail sont enregistrées et consultables par le stagiaire et le formateur, et ce via des interfaces spécifiques.**

**Les données relatives à ces sessions (durée de connexion, résultats) sont mises à jour quotidiennement. Ces données sont exportables.**

**Suivi de l'exécution :**

- **Attestation d'assiduité mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation.**
- **Relevé des connexions, signé par un représentant de l'organisme de formation indiquant :**
  - **La date de l'action et les heures de début et de fin d'utilisation du programme.**
  - **La dénomination du ou des modules suivis.**
  - **Attestation de réalisation des unités, signée par un représentant de l'organisme de formation, détaillant les travaux finalisés en cohérence avec le programme de formation.**

**Appréciation des résultats en fin de formation :**

- **Recueil individuel des attentes du stagiaire.**
- **Questionnaire d'auto-évaluation des acquis en début et en fin de formation.**
- **Évaluation continue durant la session.**
- **Remise d'une attestation de fin de formation.**
- **Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation.**



## 14 - Certification - 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.

**Développer son activité avec le webmarketing : Test en ligne d'une durée de 60 minutes composé d'un examen écrit et oral.**

**Modalités d'évaluation :**

- **Projet professionnel écrit et présenté à l'oral sur l'élaboration d'une offre de formation digitalisée.**
- **Projet professionnel écrit et présenté à l'oral sur la mise en oeuvre d'une offre de formation digitalisée.**
- **Projet professionnel écrit avec présentation orale sur la stratégie de promotion et de développement d'une offre de formation digitalisée.**

**Date de principe du passage de l'examen : 15 jours suite à la date de fin de formation.**

**L'inscription à la certification est réalisée directement avec votre conseiller pédagogique une fois la date de fin de la formation passée.**

## 15 - Correspondances des compétences évaluées - Développer son activité avec le webmarketing (RS5210)

**- Mettre en place une stratégie webmarketing**

**Analyser le contexte, l'environnement de l'entreprise et l'écosystème du web marketing pour en dégager les opportunités à saisir.**



**Réaliser un audit de l'existant de la présence de l'entreprise sur le web pour identifier son positionnement et en dégager les orientations à prendre pour accroître sa visibilité et sa notoriété.**

**Identifier les caractéristiques de sa cible marketing / persona pour adapter la communication en fonction.**

**Elaborer les orientations d'un plan d'action en tenant compte du contexte de l'entreprise pour définir le projet et les axes stratégiques et prioritaires sur lesquels orienter la stratégie Webmarketing.**

**Elaborer un plan d'action associé à des objectifs SMART et des indicateurs de performance pour organiser des actions cohérentes et maîtrisées.**

**Evaluer les moyens financiers, humains et organisationnels à déployer pour le projet pour établir le budget alloué à la mise en place de la stratégie Webmarketing.**

**Identifier et sélectionner les médias sociaux en adéquation avec la stratégie Webmarketing pour gérer l'image de marque et promouvoir les produits.**

**Identifier les influenceurs les plus pertinents à contacter pour permettre la réussite des objectifs et du projet**

**Identifier les expressions recherchées par les internautes sur les moteurs de recherche en adéquation avec les objectifs de l'entreprise.**

**Identifier des différents leviers de promotion et d'acquisition de trafic sur le web pour sélectionner les plus adaptés au projet.**

**Organiser et planifier les tâches à réaliser pour donner un cadre à suivre, un timing à respecter et développer l'activité de l'entreprise via le webmarketing.**

**- Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing**

**Optimiser le référencement de la marque sur les moteurs de recherche pour accroître sa visibilité.**



**Utiliser les outils et les techniques Webmarketing adaptés à chaque média social pour générer du trafic et accroître le taux de transformation de visiteurs en clients.**

**Développer et adapter les contenus des différents supports digitaux existants pour améliorer leur efficacité, leur performance et accroître le référencement naturel.**

**Concevoir et mettre en place des campagnes de communication sur le web en adaptant et personnalisant les messages en fonction de la cible visée et des médias et autres supports utilisés pour attirer le consommateur et fidéliser les clients.**

**Mettre en place des actions de communication auprès des influenceurs pour les transformer en relai d'informations et en ambassadeur de la marque.**

**Développer la présence de l'entreprise sur les différents supports Webmarketing pour accroître sa visibilité et son influence sur les réseaux.**

**Mettre en place des actions de contrôle de la e-réputation de l'entreprise en tenant compte des informations révélées par les communautés sur le web pour activer rapidement les actions correctives si nécessaires.**

**Piloter les actions de communication webmarketing en ajustant les différents dispositifs pour assurer leur déploiement et leur continuité.**

**Utiliser les techniques de veille sur internet pour anticiper les évolutions du numérique et de la communication webmarketing.**

**- Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing**

**Suivre les différents indicateurs de performance du plan d'action de la stratégie Webmarketing pour vérifier les écarts entre les résultats attendus et ceux obtenus.**

**Analyser le retour sur investissement des actions mises en œuvre pour mesurer leur efficacité et améliorer la performance.**

**Analyser les résultats des opérations webmarketing via des outils d'analyse pour suivre les actions réalisées et proposer des axes d'amélioration.**

**Mesurer l'impact du Webmarketing sur la communication globale pour évaluer la performance des actions réalisées.**

**Combiner de manière itérative tests et mesures pour permettre à l'entreprise d'améliorer chacune de ses actions dans une démarche d'amélioration continue.**