

Développer son activité avec le webmarketing

Parcours concourant au développement des compétences

Action de formation réalisée selon les articles L6313-1 et 6313-2 du code du travail

Objectif professionnel visé

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



Durée :

5 jours (35 heures).

Code du Registre Spécifique:

RS 5210

Tarifs: 2000€ HT



Module 1: Les fondamentaux du webmarketing

1. Mettre en place sa stratégie webmarketing

- Connaître les données clés sur le webmarketing
- Connaître les principaux leviers d'acquisition
- Connaître les Avantages et inconvénients de chaque levier
- Suivre son audience et ses résultats
- Se fixer des objectifs SMART
- Analyser le contexte pour orienter sa stratégie
- Suivre son e-réputation
- Mettre en place une veille webmarketing

Cas pratiques: Préciser sa cible et définir ses objectifs SMART

2. Utiliser le référencement payant: Google Ads

- Introduction à Google Ads
- Créer une campagne
- Suivre et reporter ses résultats
- Savoir optimiser une campagne

Cas pratiques: Atelier "initiation Google Ads"

3. L'email marketing

- Connaître les solutions d'email marketing
- Mettre en place une campagne emailing
- Connaître les conseils pour une stratégie d'email marketing performante

Cas pratiques : Atelier "créer une campagne d'email marketing"

Evaluation des connaissances sous forme de quiz

Développer son activité avec le webmarketing

Parcours concourant au développement des compétences

Action de formation réalisée selon les articles L6313-1 et 6313-2 du code du travail

Objectifs de la formation :

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



Durée :

5 jours (35 heures).

Code du Registre Spécifique:

RS 5210

Tarifs: 2000€ HT



Module 2: Le référencement naturel

1. Introduction

- Connaître le marché des moteurs de recherche, piliers et les étapes du référencement

2. Réaliser un audit sémantique

- Identifier des mots clés et connaître les outils à utiliser

Cas pratique 1: Réaliser son 1er audit sémantique

3. Les facteurs clés de l'optimisation technique

- Savoir comment les moteurs analysent votre site
- Savoir optimiser les titres et les metas
- Savoir optimiser le contenu, les images et les vidéos
- Savoir optimiser les URL du site
- Savoir optimiser la navigation et le maillage interne du site
- Connaître les critères d'analyse du comportement de l'internaute
- Connaître les critères d'optimisation pour un usage mobile
- Connaître les techniques d'optimisation spécifiques aux CMS (Wordpress)

Connaître 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. Savoir soumettre et indexer un site

- Savoir soumettre son site aux moteurs
- Maîtriser l'indexation de son site

Cas pratique 3 : Prendre en main Google Search Console

Développer son activité avec le webmarketing

Parcours concourant au développement des compétences

Action de formation réalisée selon les articles L6313-1 et 6313-2 du code du travail

Objectifs de la formation :

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



Durée :

5 jours (35 heures).

Code du Registre Spécifique:

RS 5210

Tarifs: 2000€ HT



Module 2: Le référencement naturel

5. Maîtriser l'optimisation éditoriale

- Qu'est-ce que l'optimisation éditoriale
- Mettre en place une charte éditoriale
- Savoir structurer un article
- Savoir établir la cohérence sémantique des contenus

Cas pratique 4 : Rédaction d'un contenu optimisé

6. Mettre en place une stratégie de netlinking

- Connaître les consignes des moteurs en matière de netlinking
- Savoir identifier Les indicateurs de popularité
- Mettre en place une stratégie de netlinking pérenne

7. Mettre en place le suivi de son référencement

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

Evaluation des connaissances sous forme de quiz

Développer son activité avec le webmarketing

Parcours concourant au développement des compétences

Action de formation réalisée selon les articles L6313-1 et 6313-2 du code du travail

Objectifs de la formation :

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



Durée :

5 jours (35 heures).

Code du Registre Spécifique:

RS 5210

Tarifs: 2000€ HT



Module 3: Stratégie social Media

1. Introduction au web social

2. Découvrir l'importance du brief comme point de départ de sa stratégie

3. Connaître les grandes étapes d'une stratégie social media

- Définir une charte éditoriale et choisir les réseaux en fonction des objectifs
- Mettre en place un calendrier éditorial

4. Connaître les réseaux sociaux grand public

- Communiquer sur Facebook
- Utiliser la publicité Facebook
- Savoir communiquer sur Twitter
- Savoir communiquer sur les réseaux visuels : Instagram, Pinterest...
- Connaître 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. Connaître les réseaux Sociaux professionnels

- Connaître les alternatives à LinkedIn
- Savoir utiliser LinkedIn à titre personnel
- Organiser la présence de sa société sur LinkedIn
- Utiliser la publicité LinkedIn

Cas pratiques : échanges autour des profils des participants, créer les grandes lignes de sa charte

Développer son activité avec le webmarketing

Parcours concourant au développement des compétences

Action de formation réalisée selon les articles L6313-1 et 6313-2 du code du travail

Objectifs de la formation :

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



Durée :

5 jours (35 heures).

Code du Registre Spécifique:

RS 5210

Tarifs: 2000€ HT



Module 3: Stratégie social Media

6. Analyser les résultats de sa stratégie social media

7. Mettre en place une stratégie de marketing d'influence

- Pourquoi communiquer auprès des influenceurs
- Savoir comment communiquer auprès des influenceurs
- Connaître 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

Evaluation des connaissances sous forme de quiz

Certification: Une fois les 3 modules validés, vous avez la possibilité de passer la certification inscrite au Registre Spécifique 5210.

L'évaluation se fait de la manière suivante:

Les candidats devront soumettre un projet professionnel écrit et le soutenir à l'oral.

Développer son activité avec le webmarketing

Parcours concourant au développement des compétences

Action de formation réalisée selon les articles L6313-1 et 6313-2 du code du travail

Objectif professionnel visé

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



Action de formation en présentiel ou en classe virtuelle

Action réalisée en présentiel ou en classe virtuelle et en interentreprises

Durée: 5 journées soit 35h (horaires à confirmer)

Dates: A définir ensemble

Lieu de formation: Salle de formation du siège Social de LH DIGITAL CONSEIL

Public bénéficiaire

Toute personne participant ou souhaitant participer à la communication webmarketing de leur entreprise.

Cette formation est également ouverte aux débutants qui souhaitent développer leurs compétences en webmarketing.

Pré-requis

Utilisation régulière de l'informatique

Connaissance de l'outils internet

Avoir des notions de communication globale

Un positionnement individuel des stagiaires est réalisé par un questionnaire en amont de la formation.

Si vous êtes bénéficiaire d'une RQTH ou si vous souhaitez nous faire part d'une problématique potentielle d'apprentissage, nous vous remercions de contacter directement Ludovic HERVAULT au 06 13 85 08 79

Délai d'accès à la formation

15 jours minimum en intra entreprise et 1 mois en interentreprises

Formateur

Ludovic Hervault : Expert en stratégie digitale

Fondateur de LH Digital Conseil – Inwin Morbihan, organisme de formation et agence d'innovation digitale,

Ludovic est diplômé en management / force de vente et en marketing électronique – Marketing digital (CNAM).

Il a fait l'essentiel de sa carrière dans l'industrie pharmaceutique (20 ans) où il a acquis de nombreuses compétences en stratégie commerciale, management, marketing et trade marketing.

Développer son activité avec le webmarketing

Parcours concourant au développement des compétences

Action de formation réalisée selon les articles L6313-1 et 6313-2 du code du travail

Objectif professionnel visé

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



Méthode et outils pédagogiques utilisés

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports pendant et à la suite de la formation.

Suivi et évaluation à la suite de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Tour de table pour recueillir le retour à chaud es stagiaires
- Evaluation de la satisfaction de la formation à chaud
- Evaluation des acquis de la formation
- Evaluation de réussite de la formation

Sanction de la formation

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

Documents contractuels fournis

Toutes les actions de formation dispensés par Ludovic hervault, pour LH DIGITAL CONSEIL, font l'objet d'une convention de formationq uand elles sont dispensées pour des structures, et des contrats de formation quand il s'agit de particuliers.

Tout document contractuel est accompagné du programme descriptif de l'action de formation, du règlement intérieur de la formation, d'un devis reprenant les conditions de vente et de l'attestation d'informations préalable à l'inscription du stagiaire.

Développer son activité avec le webmarketing

Parcours concourant au développement des compétences

Action de formation réalisée selon les articles L6313-1 et 6313-2 du code du travail

Objectif professionnel visé

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



Indicateurs de résultats de LH DIGITAL CONSEIL

Score de satisfaction à chaud : 9,8 /10 source digiforma

Application du RGPD par LH DIGITAL CONSEIL

Les informations fournies et saisies dans les documents contractuels de formation qui sont échangés avec LH DIGITAL CONSEIL, sont utilisés uniquement dans le cadre de notre relation commerciale. Par votre retour de documents, vous acceptez l'utilisation de vos informations exclusivement par LH DIGITAL CONSEIL le temps de la formation et de son traitement en amont ou en aval. Vous pouvez à tout moment exercer vos droits en lien avec la réglementation RGPD, en m'adressant un mail individualisé me précisant vos attentes à I.hervault@inwin.fr

Respect des normes sanitaires et d'hygiène en vigueur liées au COVID 19

Compte tenu du respect des conditions sanitaires en vigueur, nous vous demandons de venir en formation exceptionnellement avec 2 masques, votre bouteille d'eau et vos propres documents de prise de notes et à consulter en lien avec la visée de la certification. Nous vous engageons aussi à apporter votre propre repas si vous souhaitez déjeuner dans une salle distincte sur le site de formation en tenant compte des mesures de distanciation.

Engagement Qualité LH DIGITAL CONSEIL

L'organisme prestataire d'actions de développement des compétences satisfait aux exigences du Décret n° 2019-564 du 6 juin 2019 relatif à la qualité des actions de la formation professionnelle.

Son formateur Ludovic HERVAULT applique la charte qualité définie par LH DIGITAL CONSEIL qui est fournie aux stagiaires.

Cout de la formation

Le cout de la formation s'élève à 2000€ HT par personne