PROGRAMME DE FORMATION



“Développer son activité avec le webmarketing (RS7076)”

La formation mène à la certification RS7076, enregistrée au Répertoire Spécifique de France Compétences le 28-02-2025 et valable jusqu’au 28-02-2028.
Cette certification est détenue par WEBMARKETING & CO'M.

Lien vers la certification :
https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7076

NOVIDUS

0982383489

contact@novidus.fr

4 Avenue Laurent Cely, 92600
Asnieres-sur-seine

NOVIDUS
4 Avenue Laurent Cely, 92600 Asnieres-sur-seine
SIRET : 92064587600029 au R.C.S Nanterre
Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

Nous organisons des sessions ponctuelles en présentiels dans nos locaux au 4 avenue Laurent Cély, 92600 Asnières-sur-seine.

La formation peut également être dispensée en ligne, à l'aide de supports pédagogiques et de sessions en visioconférence avec le formateur tout au long de l'année.

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.
Contact : **contact@novidus.fr** Tel : 0982383489
Formateur : Sofyen EL MNASRIA

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.

Prérequis d'accès à la formation

Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet. Justifier d'un projet de déploiement d'une stratégie webmarketing pour son entreprise et disposer d'une appétence aux outils numériques.

Public concerné

La formation et la certification s'adressent aux dirigeants de TPE, PME et à leurs collaborateurs directs qui souhaitent intégrer à leur organisation une stratégie webmarketing en vue de développer leur activité.

Objectifs et compétences visées

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

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

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Approche interactive : Échanges continus, discussions en groupe et applications pratiques des concepts pour favoriser l'engagement.
- Ateliers pratiques : Mise en situation réelle avec des études de cas et des exercices pratiques pour appliquer les outils du webmarketing.
- Utilisation d'outils numériques : Formation pratique sur des outils professionnels (Google Ads, Google Analytics, réseaux sociaux) et plateformes e-commerce.
- Suivi personnalisé et évaluation : Accompagnement individuel, évaluations régulières et feedback sur les projets des participants pour mesurer les progrès et ajuster la formation.

Durée

35 heures sur 5 jours

Tarif

1650 € TTC

Programme de formation

Jour 1 : Introduction au webmarketing et stratégie

08h00 - 08h30 : Introduction et objectifs pédagogiques

- Présentation des participants et du formateur.
- Définition des objectifs de la formation.
- Présentation du programme et des outils utilisés.

08h30 - 10h00 : Définir les objectifs webmarketing de l'entreprise (C1)

- Identifier les enjeux spécifiques de l'entreprise.
- Poser des objectifs SMART pour une stratégie efficace.

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Concevoir la stratégie webmarketing de l'entreprise (C2)

- Analyser le marché, la concurrence et les tendances.
- Choisir les bons canaux et cibles (personas).

12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

13h00 - 14h30 : Élaborer le plan d'action webmarketing (C3)

- Définir un calendrier marketing et des actions concrètes.
- Choisir des KPI pour suivre la performance des actions.

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 16h00 : Atelier pratique

- Application des concepts sur des études de cas réels.
- Élaboration d'un plan d'action concret pour un projet personnel.

Jour 2 : Référencement naturel et stratégie sur les réseaux sociaux

08h00 - 08h30 : Introduction au SEO (référencement naturel)

- Qu'est-ce que le SEO et pourquoi est-ce important pour l'e-commerce ?

08h30 - 10h00 : Mettre en œuvre le référencement naturel du site (C4)

- Analyser la structure d'un site et optimiser les balises.
- Choisir les bons mots-clés et structurer le contenu.

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Réseaux sociaux et stratégie de communication (C5)

- Choisir les réseaux adaptés à l'entreprise.
- Créer des contenus engageants pour chaque réseau. 12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

13h00 - 14h30 : Optimiser la stratégie sur les réseaux sociaux

- Élaborer une stratégie de contenu.
- Gérer les interactions et mesurer les résultats.

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 16h00 : Atelier pratique

- Créer des posts engageants et planifier des campagnes.
- Analyser les retours sur les réseaux sociaux.

Jour 3 : Marketing d'influence et outils de pilotage

08h00 - 08h30 : Introduction au marketing d'influence

- Pourquoi intégrer des influenceurs dans sa stratégie ?

08h30 - 10h00 : Mettre en œuvre un marketing d'influence (C5)

- Sélectionner les influenceurs et partenaires adaptés.
- Créer des collaborations efficaces et mesurables.

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Outils de pilotage webmarketing (C6)

- Configurer un tableau de bord de suivi des performances.
- Analyser les données de Google Analytics et autres outils.

12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

13h00 - 14h30 : Optimiser les campagnes en cours

- Analyser les résultats des campagnes et ajuster les actions.
- Suivre et améliorer les KPIs.

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 16h00 : Atelier pratique

- Mettre en place un tableau de bord et analyser une campagne réelle.

Jour 4 : Référencement payant et e-mail marketing

08h00 - 08h30 : Introduction au référencement payant (SEA)

- Différences entre SEO et SEA, avantages du SEA.

08h30 - 10h00 : Mettre en œuvre le référencement payant (SEA)

- Créer une campagne Google Ads.
- Analyser les coûts et définir un budget de campagne.

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : L'email marketing pour l'e-commerce

- Créer des newsletters engageantes.
- Segmentation des listes d'emails et personnalisation des envois.

12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

13h00 - 14h30 : Optimisation des campagnes d'email marketing

- Créer des automatisations pour les e-mails de bienvenue et panier abandonné.
- Analyser les taux d'ouverture, de clics et de conversion.

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 16h00 : Atelier pratique

- Création d'une campagne SEA et email marketing.
- Analyse des résultats d'une campagne e-mailing.

Jour 5 : Analyse des résultats et plan d'action final

08h00 - 08h30 : Introduction à l'analyse des performances

- Comprendre les indicateurs de performance clés (KPI).

08h30 - 10h00 : Analyser les résultats d'une campagne webmarketing

- Utiliser Google Analytics pour analyser le trafic et les conversions.
- Comparer les performances de différentes campagnes.

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Optimisation et ajustement des campagnes

- Améliorer l'efficacité des actions en fonction des résultats.
- Tester différentes stratégies pour maximiser le ROI.

12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

13h00 - 14h30 : Élaboration du plan d'action final

- Structurer un plan d'action à court et moyen terme.
- Fixer des objectifs SMART pour les prochaines étapes.

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 16h00 : Atelier final et évaluation des acquis

- Présentation des projets personnels de chaque participant.
- Évaluation finale sous forme de QCM et retour sur la formation.

Méthode d'évaluation

Évaluation finale sous forme de QCM, questions écrites et cas pratique.

Taux de satisfaction stagiaire

- Taux de passage : 95 %
- Taux d'abandon : 7 %
- Taux de satisfaction : 90 %