



HUMAN PARTNER

*« Lorsque deux forces sont jointes,  
leur efficacité est double »*

---

*Isaac NEWTON*

---

**Accroître sa notoriété, en  
développant une stratégie  
Web Marketing**

Accompagnement

---

Formation

---

Recrutement

**Contexte :** Il devient urgent de digitaliser les TPE et PME françaises ! La France est sans doute le pays européen le plus en retard dans ce domaine. En 2015, seules 66% des PME françaises sont équipées d'un site internet contre 95% en Finlande et 87% en Allemagne ! Présence en ligne, e-commerce ou marketing local : les entreprises françaises prennent un retard inquiétant. L'enjeu est pourtant fort pour le développement de nos entreprises.

## Les objectifs

Développer une approche globale de Web marketing :

- Comprendre le marché de la commercialisation en ligne
- Formaliser et mettre en œuvre son dispositif commercial
- Choisir les outils web les mieux adaptés

Se familiariser avec le référencement naturel et accéder au référencement payant

Piloter sa e-réputation

Elaborer et animer une stratégie marketing sur les réseaux sociaux, le community management

Savoir développer et mesurer son influence sur le web

Calculer et suivre son retour sur investissement

## Les prérequis

Connaissances de l'outil informatique de la navigation web et des principaux réseaux sociaux. Avoir une sensibilité dans le digital et une prise de conscience de son essor. Test de positionnement d'entrée de formation.

# Programme de la formation 5 jours

Accroître sa notoriété en développant une stratégie web

## Jour 1 :

- **Matin : Découvrir le marché du digital dans le monde et en France (3.5h)**
  - Évolution des technologies et des usages : du Web 2.0 au Web 3.0 ou Web sémantique.
  - Comportements et attitudes des internautes et mobinautes : typologie. Règles de protection de l'individu sur le Web.
  - Les fonctions clés : Webmarketeur, traffic manager, community manager...
- **Après midi : Elaborer une stratégie de marketing digital pour mon entreprise (3.5h)**
  - Panorama des acteurs et des outils de recherche.
  - Techniques de search marketing : SEM, SEO, SEA.
  - Méthodologie pour optimiser son référencement naturel.

## Jour 2 :

- **Matin : Découvrir et choisir les outils et les leviers de marketing digital les plus cohérents pour mon activité (3.5h)**
  - La démarche webmarketing : structurer ses campagnes.
  - La stratégie de communication digitale : structure et étapes clés.
  - Les leviers de la communication digitale. Les techniques promotionnelles sur le Web : jeux, concours.
  
- **Après-midi : Comprendre les mécanismes du Search (3.5h)**
  - Panorama des acteurs et des outils de recherche.
  - Techniques de search marketing : SEM, SEO, SEA.
  - Méthodologie pour optimiser son référencement naturel

## Jour 3 :

- **Matin : Comprendre le concept d'e-réputation pour améliorer sa présence sur le web (3.5h)**
  - Identité numérique, personal branding et e-reputation.
  - Mettre en place un dispositif de veille.
  
- **Après-midi : Mesurer l'importance des réseaux sociaux et mettre en place sa stratégie SMO 1/2 (Social Media Optimization) (3.5h).**
  - Les internautes acteurs de leur communication.
  - Définition et usages des réseaux et des médias sociaux.
  - Marketing relationnel et Brand content

## Jour 4 :

- **Matin : Mesurer l'importance des réseaux sociaux et mettre en place sa stratégie SMO (Social Media Optimization) 2/2 (3.5h)**
  - Bâtir un plan de communication digital :
    - Structurer un diagnostic médias sociaux ;
    - Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie multi-canal.
  - Construire son plan d'actions opérationnelles : page Facebook, compte Twitter, chaîne Youtube, blogs ou Tumblr... quels médias choisir
  
- **Après-midi : S'initier aux locomotives du digital marketing : vidéo et mobile (3.5h)**
  - La mobilité.
  - La réalité augmentée et la réalité virtuelle.
  - Les objets connectés

## Jour 5:

- **Matin : Piloter mon activité digitale au quotidien (3.5h)**
  - Définir le calendrier et les moyens financiers et humains.
  - Définir les critères de mesure et d'évaluation en fonction des objectifs.
  - Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions.
- **Après-midi : Mesurer la performance de mes actions digitales (3.5h)**
  - Les indicateurs qualitatifs et quantitatifs : KPI et ROI.

## Option 1

Elaborer et mettre en valeur ses écrits pour le web et les réseaux sociaux



### Les objectifs

- Concevoir la ligne éditoriale des contenus numériques.
- Comprendre les impératifs de la rédaction pour le web dans une logique de communication et de promotion.
- Utiliser les techniques rédactionnelles pour améliorer l'impact en matière de référencement.



### Les prérequis

Avoir suivi la formation : action 1 tronc commun et /ou avoir une bonne connaissance de l'outil informatique et de la navigation web.

## Programme de la formation 1 jour

- **Matin : S'initier aux techniques rédactionnelles pour le web (3.5h)**
  - Intégrer les évolutions des médias classiques et digitaux
  - Repérer les spécificités du Web 2.0 et les tendances actuelles.
- **Après-midi : Appliquer les techniques rédactionnelles pour son site web, son blog et ses réseaux sociaux (3.5h)**
  - Mise en application

## Option2

Maîtriser l'iconographie numérique



### Les objectifs

- Réaliser une maquette web design
- Connaître Photoshop



### Les prérequis

Avoir suivi la formation : action 1 tronc commun et /ou avoir une bonne connaissance de l'outil informatique et de la navigation web.

## Programme de la formation 1 jour

- **Matin : S'initier aux techniques web design (3.5h)**
  - Les bases de la composition.
  - Les couleurs et leurs influences.
  - Les formes au service de la navigation.
  - Le graphisme au service de l'ergonomie
- **Après-midi : Appliquer les techniques web design pour optimiser sa présence en ligne (3.5)**
  - Mise en application (Photoshop)



### Méthodes et moyens

Apports théoriques (mis à disposition des stagiaires), échanges, outils méthodologiques. Mise en place de tutoriel vidéo de présentation des modules de formation (objectif de la séance...). Mise en place d'un outil collaboratif virtuel.

La pédagogie mise en œuvre est inductive et interactive :

**Inductive** : expression du besoin et retour d'expérience vécue

**Interactive** : alternance d'apports méthodologiques et théoriques et de mises en situation.

Les apports théoriques sont contextualisés.



## Durée du module

Module de 49H répartis ainsi :

- 5 journées de 7H (9h-12h30 et 13h30-17h)
- 1 journée (option1) de 7h (9h-12h30 et 13h30-17h)
- 1 journée (option2) de 7h (9h-12h30 et 13h30-17h)



## Calendrier prévisionnel

A définir



## Lieu

Parc Metrotech,

42650 St jean Bonnefonds



## Evaluation

Une évaluation en fin de formation sera effectuée, auprès du stagiaire et auprès du service en charge de la formation, par Histya pour mesurer la satisfaction générale des stagiaires sur le déroulement de la formation. Ainsi que la mise en place de Quizz pour valider l'acquisition des compétences et l'atteinte des objectifs de la formation.

## Devis

Sur demande