

Certificat de Compétences en Entreprise | Digital | Webmarketing

CYCLE WEBMARKETING DEBUTANT



En résumé

TOUS LES LEVIERS ET COMPÉTENCES POUR MENER À BIEN VOTRE PROJET WEBMARKETING

Une stratégie web performante a pour objectif de construire une relation durable avec les clients et prospects de l'entreprise.

À l'heure du collaboratif et du conversationnel, le site n'est plus seul à porter l'image et l'offre.

En conséquence la mesure du retour sur investissement se complexifie

Parcours de formation éligible au CPF avec ajout du Certificat de Compétences en Entreprise (C.C.E) : Piloter les actions de communication numérique de l'entreprise (500€)- RS5374: [Consulter la fiche ici](#)

[Je m'inscris sur mon compte personnel de formation Accéder à mon compte CPF](#)

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- [Formation référencement Marseille Aix-en-Provence.](#)
- [Formation CMS WordPress Marseille Aix-en-Provence.](#)
- [Formation débutant référencement naturel Marseille Aix-en-](#)
- [Formation Parcours certifiant en webmarketing : construire sa stratégie digitale et piloter les actions de communication numérique de l'entreprise.](#)
- [Formation Découvrir les réseaux sociaux et leurs usages.](#)
- Provence.
- [Formation marketing e-commerce Marseille.](#)
- [Formation SEA CPF Marseille.](#)
- [Formation marketing automation CPF certifiante.](#)
- [Formation perfectionnement : stratégie digitale et pilotage des actions de communication numérique de l'entreprise.](#)



Objectifs

Durée

10 jour(s) / 70 heure(s)

Effectif

De 3 à 8 stagiaires

Tarif

4100 € NET

Pour qui ?

Toute personne en charge de la communication Web dans son entreprise

Prérequis

Savoir gérer et utiliser les leviers webmarketing ou avoir suivi le cycle webmarketing débutant

le Certificat de Compétences en Entreprise est accessible à toute personne pouvant démontrer qu'elle exerce ou a exercé une mission effective liée au CCE concerné en milieu professionnel ou extraprofessionnel (ayant suivi ou non une formation préalable sur cette thématique).

CPF

Éligible CPF

Certifiante

Oui

Code RNCP / RS

RS5374

Référence

MLGP-0000-CAP-01

A l'issue de la formation, vous serez en mesure de :

Acquérir toutes les compétences et outils nécessaires pour gérer, mettre en œuvre et développer la visibilité de son Entreprise sur Internet.

Cette formation Webmarketing Débutant CPF à Marseille vise à fournir les bases d'une stratégie marketing digital réussie. Vous y prendrez en main les leviers webmarketing comme le référencement naturel (SEO), la création de contenu web ou encore les campagnes Google Ads (SEA). Ce cursus comprend également des modules dédiés à la création de sites vitrine sous WordPress et à l'expérience utilisateur (UX). A l'issue de ce programme, vous serez à même de développer une présence digitale efficace et cohérente en fonction de l'activité de votre organisation. Par ailleurs, cette formation en marketing digital CPF à Marseille délivre un Certificat de Compétences en Entreprise.



Programme

Module 1 : Construire une stratégie marketing digital — 2 jours (14 heures)

Objectifs

Comprendre les leviers de l'efficacité sur internet Avoir les outils et méthodes pour organiser sa stratégie numérique au meilleur coût Savoir dialoguer avec les agences digitales

Programme :

Le web d'aujourd'hui : social et communautaire
Construire et présenter une stratégie internet
Construire sa stratégie webmarketing
Développer sa visibilité sur le web : Les leviers du webmarketing
Mener son projet
Améliorer votre performance avec les outils du web

Module 2 : Les bases du référencement naturel (SEO) — 2 jours (14 heures)

Objectifs

Connaître les principales techniques de référencement
Optimiser votre référencement naturel
Comprendre le fonctionnement de Google

Programme :

Le référencement naturel : de quoi parle-t-on ?
Les optimisations techniques et ergonomiques
Le référencement naturel : outil de communication centré sur le contenu
Le référencement naturel : outil marketing
Les outils du référencement naturel

Module 3 : Rédiger des contenus performants en prenant en compte l'expérience utilisateur (UX) — 1 jour (7 heures)

Objectifs

Découvrir les impératifs de rédaction sur le Web et comprendre les incidences de la rédaction
Etre capable de gérer la mise en place du contenu d'un site Internet
Découvrir les modes de présentation de votre entreprise sur le Web

Programme :

Enjeux et spécificités de la rédaction sur le web
Organiser et planifier sa stratégie de contenu
Initiation à l'UX (Expérience Utilisateur)
Rédiger pour ses internautes

Rédiger pour identifier de nouveaux prospects : améliorer son référencement naturel

Module 4 : Création d'un site vitrine sous WordPress — 3 jours (21 heures)

Objectifs

- Etre capable de créer un site vitrine ou un blog avec WordPress et l'administrer
 - Comprendre les spécificités d'un site vitrine
 - Maîtriser les différents outils disponibles de WordPress (articles, médias, liens, pages, commentaires...)

Programme :

Notions de base

Choisir un hébergement

Les bases de WordPress

Création du header

Création du footer

Création d'une page basique

Les couleurs par défaut

Les polices globales

Création d'une page avancée

Adapter une page pour mobile / tablette

Création d'une page contact

Importation d'une page

Création d'un blog

Création d'un blog

Création de votre site

Module 5 : Créer des e-mailings et newsletters responsive webdesign – 1 jour (7 heures)

Objectifs

Créer un e-mailing pour diffuser par mail des informations en nombre à ses contacts

Programme :

Définition et bonnes pratiques de l'emailing

Mise en pratique et étude de l'outil Mailchimp

La gestion des bases de contact

Optimisations techniques

Retour sur Investissement et stratégie Marketing

Module 6 : Mener des campagnes publicitaires avec Google Ads (SEA) — 1 jour (7 heures)

Objectifs

Comprendre le fonctionnement de la plus grosse plateforme de communication web : Google Ads (SEA) Faire ses premiers pas dans l'interface

Etre capable de paramétrer, d'optimiser sa campagne de communication web

Programme :

Définition et stratégie de référencement payant

Présentation de Google Ads

Le fonctionnement de Google Ads

Les enchères et les concurrence

Optimisation de sa campagne



Méthodes pédagogiques

- Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
- Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
- Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
- Support de formation remis aux participants.

Suivi d'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations ... qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.



Intervenants

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.

Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.



Évaluation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.