

# PROGRAMME DE FORMATION

## Développer son activité avec le webmarketing

La formation aboutit à la certification RS7076, enregistrée au Répertoire Spécifique de France Compétences le 28 février 2025 et valide jusqu'au 28 février 2028. Cette certification est détenue par WEBMARKETING & CO'M.

Lien vers la fiche de France Compétence de la certification :  
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7076/>

### **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.

Conformément à l'article L221-18 du Code de la consommation, pour toute inscription conclue à distance ou hors établissement, vous bénéficiez d'un délai de rétractation de 14 jours à compter de la date de signature du contrat, sans avoir à fournir de justification ni supporter de pénalités. La formation ne pourra débuter qu'après l'expiration de ce délai, sauf demande expresse du participant pour commencer la formation avant la fin de ce délai de rétractation.

### **Lieu de la formation :**

La formation se déroulera en présentiel au 6 Avenue de l'île de France 95310 Saint Ouen L'aumône sous la supervision du formateur.

### **Accessibilité :**

La formation est ouverte aux personnes en situation de handicap. Le référent handicap évalue et anticipe les adaptations nécessaires.

Contact : [Sacademy.formation@gmail.com](mailto:Sacademy.formation@gmail.com)

Téléphone : 0627640259

### **Délai d'accès :**

Entre 15 et 20 jours avant le démarrage de la session.

### **Public visé :**

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.

### **Prérequis :**

Justifier d'un projet de déploiement d'une stratégie webmarketing pour son entreprise et disposer d'une appétence aux outils numériques.

### **Compétences visées :**

- Définir les objectifs webmarketing de l'entreprise
- Concevoir la stratégie webmarketing de l'entreprise
- Élaborer le plan d'action webmarketing
- Mettre en œuvre le référencement naturel du site
- Mettre en œuvre la communication sur les réseaux sociaux
- Élaborer un dispositif de pilotage



### **Objectifs pédagogiques :**

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

### **Méthodes pédagogiques mobilisées :**

Formation en présentiel mobilisant les méthodes suivantes :

- Exposés interactifs : Présentations où le formateur engage régulièrement les participants par des questions, des réflexions ou des débats
- Études de cas : Analyses de situations concrètes pour mettre en application les concepts théoriques
- Travail en sous-groupes : Les participants se répartissent en petits groupes pour résoudre des problèmes ou réaliser des activités spécifiques
- Ateliers pratiques : Sessions où les participants mettent en pratique les compétences enseignées
- Mise en situation : Plonger les participants dans des situations réalistes pour développer des compétences pratiques
- Accompagnement individualisé : Suivi personnalisé de chaque participant dans la réalisation de son projet

### **Les résultats attendus :**

Cette formation vous prépare à la certification "Développer son activité avec le webmarketing", enregistrée à France Compétences sous le numéro RS7076, attestant des compétences nécessaires pour définir et mettre en œuvre une stratégie webmarketing au sein d'une TPE ou PME.

À l'issue de la formation, le stagiaire s'engage à se présenter à l'examen de certification dans un délai de 15 à 20 jours calendaires suivant la fin de la formation.

### **Modalités d'évaluation :**

Mise en situation professionnelle portant sur un projet de développement d'activité avec le webmarketing avec remise d'un rapport et soutenance orale.

### **Durée :**

La formation dure 35 heures

### **Tarif:**

1 500 € TTC



# PLANNING DE FORMATION

## JOUR 1 : DÉFINITION DES OBJECTIFS ET STRATÉGIE WEBMARKETING

**C1 : Définir les objectifs webmarketing de l'entreprise, par rapport aux résultats souhaités (développement de la notoriété, acquisition clients, fidélisation...) et à son positionnement sur le marché (typologie de sa cible de clientèle, positionnement de son offre...)**

### **Matin - C1 : Définir les objectifs webmarketing de l'entreprise**

08h30 – 10h00 : Analyser le positionnement de l'entreprise et identifier sa cible

- Analyse du marché de l'entreprise et de son environnement concurrentiel
- Identification de la cible de clientèle (personas, comportements d'achat, besoins)
- Définition du positionnement de l'offre par rapport à la concurrence

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 11h30 : Définir des objectifs webmarketing SMART

- Méthodologie des objectifs SMART appliquée au webmarketing
  - Exemples d'objectifs : développement de la notoriété, acquisition clients, fidélisation
  - Alignement des objectifs webmarketing avec les objectifs stratégiques de l'entreprise
  - **PROJET PROFESSIONNEL - Jalon 1 : Cadrage**
- ✓ Choix de l'entreprise support (TPE/PME réelle du participant)  
✓ Analyse du positionnement actuel et de la cible  
✓ Définition des objectifs SMART de développement avec le webmarketing

### **11h30 – 12h00 : Évaluation formative C1**

- Présentation des objectifs SMART définis pour le projet professionnel

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

## C2 : Concevoir la stratégie webmarketing de l'entreprise

### Après-midi - C2 : Concevoir la stratégie webmarketing de l'entreprise

13h00 – 14h30 : Identifier les canaux de communication webmarketing

- Panorama des canaux webmarketing : site Internet, réseaux sociaux, blog, email, publicité en ligne
- Analyse des opportunités et contraintes de chaque canal
- Sélection des canaux en fonction de la cible et des habitudes de navigation

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 16h30 : Concevoir une stratégie webmarketing cohérente

- Définition des grandes lignes de la stratégie en fonction du budget
  - Intégration des besoins spécifiques de la cible dans la stratégie
  - Assurer la cohérence entre les différentes actions et les objectifs fixés
  - **PROJET PROFESSIONNEL - Jalon 2 : Construction (Partie 1)**
- ✓ Définition de la stratégie webmarketing globale de l'entreprise  
✓ Sélection et justification des canaux de communication à mobiliser  
✓ Définition du budget alloué à chaque axe stratégique

### 16h30 – 17h00 : Évaluation formative C2

- Présentation de la stratégie webmarketing avec justification des choix

## JOUR 2 : PLAN D'ACTION WEBMARKETING

### C3: Elaborer le plan d'action webmarketing

08h30 – 10h00 : Identifier les actions pour chaque levier webmarketing

- Actions liées au site web : optimisation, ergonomie, contenu
- Actions SEO : mots-clés, netlinking, optimisation technique
- Actions SEA : campagnes Google Ads, paramétrage, budget

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Décliner la stratégie en plan d'action opérationnel

- Actions sur les réseaux sociaux : paramétrage, planification éditoriale, publicité
- Campagnes d'emailing : création de base, contenus, automatisation
- Campagnes d'influence marketing : identification d'influenceurs, partenariats

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Intégrer l'accessibilité dans le plan d'action

- Règles d'accessibilité des contenus web (RGAA)
- Fonctionnalités d'accessibilité à intégrer (sous-titres, transcriptions, contrastes)
- Bonnes pratiques pour rendre les contenus accessibles aux personnes en situation de handicap

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 16h30 : Planifier les actions dans le temps

- Création d'un rétroplanning des actions webmarketing
  - Priorisation des actions en fonction de leur impact et de leur urgence
  - Affectation des ressources (budget, temps, compétences)
  - **PROJET PROFESSIONNEL - Jalon 3 : Construction (Partie 2)**
- ✓ Élaboration du plan d'action détaillé avec toutes les actions listées  
✓ Planification dans le temps avec un calendrier précis  
✓ Intégration des fonctionnalités d'accessibilité dans le plan

**16h30 – 17h00 : Évaluation formative C3**

- Présentation du plan d'action complet avec planning et justification

## JOUR 3 : RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO)

### C4 : Mettre en œuvre le référencement naturel du site

08h30 – 10h00 : Comprendre les fondamentaux du référencement naturel

- Fonctionnement des moteurs de recherche et algorithmes
- Principes du référencement naturel : pertinence, autorité, expérience utilisateur
- Importance du SEO pour la visibilité et l'acquisition de trafic

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Réaliser un audit sémantique

- Méthodologie de recherche de mots-clés (outils : Google Keyword Planner, Ubersuggest)
- Analyse de la concurrence sur les mots-clés ciblés
- Sélection des mots-clés pertinents en fonction du volume et de la concurrence

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Optimiser les pages du site

- Optimisation des balises title et meta description
- Structure des URLs optimisées pour le SEO
- Optimisation des contenus textuels (densité de mots-clés, structuration Hn)

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 16h30 : Optimiser les contenus multimédias et le netlinking

- Optimisation des images et vidéos (balises alt, noms de fichiers, compression)
  - Principes du netlinking : backlinks de qualité, stratégies d'acquisition
  - Mise en place d'actions concrètes pour améliorer le référencement naturel
  - **PROJET PROFESSIONNEL - Jalon 4 : Construction (Partie 3)**
- ✓ Réalisation d'un audit sémantique avec liste de mots-clés pertinents  
✓ Définition des optimisations à apporter au site (technique, éditorial, netlinking)  
✓ Justification du lien entre les actions SEO et l'augmentation de visibilité

**16h30 – 17h00 : Évaluation formative C4**

- Présentation de l'audit sémantique et du plan d'optimisation SEO

## JOUR 4 : COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

### C5 : Mettre en œuvre la communication sur les réseaux sociaux

08h30 – 10h00 : Choisir les réseaux sociaux adaptés

- Panorama des réseaux sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Pinterest, YouTube
- Analyse des usages et des publics de chaque réseau social
- Sélection des réseaux en fonction de la cible et des objectifs

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Créer des contenus pour les réseaux sociaux

- Types de contenus : publications, stories, réels, lives, carrousels
- Principes de création de contenus engageants (visuels, textes, appels à l'action)
- Planification éditoriale et calendrier de publication

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Animer les profils sociaux et interagir avec la communauté

- Animation des profils : fréquence de publication, horaires optimaux
- Gestion des interactions : réponses aux commentaires, messages privés
- Développement de la communauté : stratégies d'acquisition d'abonnés

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 16h30 : Exploiter les fonctionnalités avancées des réseaux sociaux

- Utilisation des stories, réels, lives pour maximiser la visibilité
  - Mise en place de campagnes publicitaires sociales (Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads)
  - Collaboration avec des influenceurs et ambassadeurs de marque
  - **PROJET PROFESSIONNEL - Jalon 5 : Construction (Partie 4)**
- ✓ Sélection et justification des réseaux sociaux à utiliser  
✓ Création d'un calendrier éditorial avec exemples de contenus  
✓ Définition des actions d'animation et d'interaction avec la communauté

**16h30 – 17h00 : Évaluation formative C5**

- Présentation de la stratégie réseaux sociaux avec justification des choix



## JOUR 5 : DISPOSITIF DE PILOTAGE ET FINALISATION DU PROJET

### C6 :Elaborer un dispositif de pilotage

08h30 – 10h00 : Définir les indicateurs de performance (KPI)

- Identification des KPI pertinents selon les objectifs : trafic, taux de conversion, ROI
- KPI spécifiques au SEO : positionnement, trafic organique, taux de rebond
- KPI spécifiques aux réseaux sociaux : engagement, portée, croissance de la communauté

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Mettre en place les outils de suivi

- Utilisation de Google Analytics pour le suivi du site web
- Outils de suivi SEO : Google Search Console, SEMrush, Ahrefs
- Outils de suivi des réseaux sociaux : statistiques natives, outils de gestion (Hootsuite, Buffer)

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Analyser les résultats et identifier les écarts

- Méthodologie d'analyse des données et interprétation des résultats
- Identification des écarts entre les objectifs fixés et les résultats obtenus
- Analyse des causes : problèmes de ciblage, contenu inadapté, budget insuffisant

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 16h30 : Proposer des solutions correctives et finaliser le projet

- Élaboration de solutions correctives adaptées aux écarts identifiés
  - Ajustement de la stratégie et du plan d'action en fonction des résultats
  - Création d'un tableau de bord de pilotage synthétique
  - **PROJET PROFESSIONNEL - Jalon 6 : Finalisation**
- ✓ Définition des KPI pertinents pour le projet
  - ✓ Création d'un tableau de bord de pilotage avec indicateurs de suivi
  - ✓ Finalisation du rapport écrit du projet professionnel
  - ✓ Préparation de la présentation orale (support PowerPoint)

**16h30 – 17h00 : Évaluation formative C6**

- Présentation du dispositif de pilotage avec KPI et tableau de bord

## JOUR 6 : PASSAGE DE L'EXAMEN DE CERTIFICATION (HORS TEMPS DE FORMATION)

À l'issue de la formation, le stagiaire s'engage à se présenter à l'examen de certification dans un délai de 15 à 20 jours calendaires suivant la fin de la formation.

### **Matin : Soutenance orale du projet professionnel**

08h30 - 12h00 : Mise en situation professionnelle

- Remise du rapport écrit au jury
- Présentation orale du projet de développement d'activité avec le webmarketing (20 minutes)
- Questions-réponses avec le jury sur le projet et sa mise en œuvre (20 minutes)

**Évaluation :** Le jury évalue la capacité du candidat à définir des objectifs SMART, concevoir une stratégie webmarketing cohérente, élaborer un plan d'action détaillé, proposer des actions SEO et réseaux sociaux pertinentes, et mettre en place un dispositif de pilotage efficace.

