



---

SKILLZ CONSEIL - 48 rue de Ponthieu - 75008 Paris - Capital social : 1000€

Siret : 95164278400023 - NDA : 11756734575

---

## PROGRAMME DE FORMATION

### **Webmarketing**

**Durée** : 30 heures

**Couts** : A parti de 1200€ (demander un devis sur mesure)

**Public Visé** : - Entrepreneurs, indépendants, TPE - Salariés ou demandeurs d'emploi en reconversion. - Toute personne souhaitant développer sa visibilité en ligne

**Prérequis** :

- Maîtrise de base de l'ordinateur et d'internet
- Savoir utiliser un navigateur et une messagerie
- Motivation à se former au marketing digital

**Objectifs** :

1. Comprendre les bases du webmarketing et ses leviers.
2. Apprendre à améliorer la visibilité avec le SEO.
3. Savoir créer des campagnes Google Ads (SEA).
4. Concevoir une stratégie de contenu efficace.
5. Utiliser Google Analytics pour suivre les performances.
6. Gérer une communication ciblée sur les réseaux sociaux.
7. Créer et automatiser des campagnes emailing.
8. Intégrer le marketing d'influence dans sa stratégie.
9. Élaborer une stratégie digitale complète et cohérente.

## **Modalite et delais d'accès**

La formation se déroule en prentiel ou en distanciel, Il suffit de prendre contact avec l'un de nos conseiller qui vous communiquera une date qui validera votre inscription en fonction de l'analyse de vos besoins. Le délais est fonction des échanges que vous aurez.

## **Méthodologie :**

- Apports théoriques et pratiques
- Études de cas concrets
- Travaux individuels et en groupe
- Quiz, QCM de validation, simulation d'entreprise
- Plateforme e-learning pour le suivi asynchrone

## **Moyen de suivi et d'évaluation :**

1. **Participation Active :** Observer l'engagement et la participation active des participants lors des discussions en classe et des activités pratiques.
2. **Feedback Immédiat :** Fournir un feedback immédiat lors des exercices pratiques et des études de cas pour évaluer la compréhension et l'application des concepts.
3. **Interaction avec le Formateur :** Encourager les participants à poser des questions et à interagir avec le formateur pour clarifier leurs doutes et approfondir leur compréhension.

## **Évaluations Formatives**

- **Quiz et QCM :** Test de la compréhension des concepts clés après chaque module.
- **Études de Cas :** Analyse de scénarios pour évaluer la résolution de problèmes et l'application des compétences.
- Attestation de fin de formation avec bilan des compétences acquises
- Réponse sous 48h à toute demande
- Formateur référent joignable pendant toute la durée de la formation
- Questionnaire de satisfaction à chaud & à froid

## **Accessibilité (public handicapé)**

- Formation accessible aux personnes en situation de handicap
- Prise de contact préalable avec notre référent handicap pour adapter l'accueil, les supports et les modalités pédagogiques
- Locaux accessibles et modalités possibles en distanciel avec outils adaptés

# **PROGRAMME DE FORMATION :**

## **Webmarketing**

### **Module 1 – Introduction au webmarketing**

- Définition du webmarketing et ses objectifs
  - Les canaux digitaux (site, réseaux, email, référencement, publicité...)
  - Panorama des leviers : SEO, SEA, SMO, emailing, content marketing
  - Processus de conversion et rôle de l'appel à l'action (CTA)
  - Présentation des outils utilisés : Google, réseaux sociaux, plateformes CRM
- 

### **Module 2 – Référencement naturel (SEO)**

- Fonctionnement des moteurs de recherche
  - Choix des mots-clés et intentions de recherche
  - Optimisation on-page : titres, méta descriptions, balises, contenu
  - Optimisation off-page : backlinks et netlinking
  - Suivi du positionnement et analyse des performances SEO
- 

### **Module 3 – Publicité digitale (SEA et Google Ads)**

- Présentation du SEA (Search Engine Advertising)
  - Fonctionnement de Google Ads : types de campagnes et ciblage
  - Budget, enchères, coût par clic
  - Rédaction des annonces efficaces
  - Suivi des performances via Google Ads et KPI associés
- 

### **Module 4 – Stratégie de contenu & newsletters**

- Importance du content marketing dans la stratégie web
  - Création de contenus pertinents et engageants
  - Plan éditorial : formats, fréquence, objectifs
  - Création et envoi de newsletters (ex : Mailchimp)
  - Suivi des taux d'ouverture, clics, conversions
-

## **Module 5 – Analyse de performance (Google Analytics)**

- Découverte de Google Analytics et son interface
  - Suivi du trafic : sources, comportement, temps passé, taux de rebond
  - Analyse des pages performantes et points de sortie
  - Objectifs et entonnoirs de conversion
  - Interprétation des données pour adapter la stratégie
- 

## **Module 6 – Réseaux sociaux et SMO**

- Définition et enjeux du SMO (Social Media Optimization)
  - Choix des plateformes selon les cibles (LinkedIn, Instagram, Facebook...)
  - Création de contenus adaptés à chaque canal
  - Utilisation des hashtags pour la visibilité
  - Planification et gestion via outils comme Hootsuite
- 

## **Module 7 – Email marketing et automatisation**

- Bases de l’emailing : objectifs, structure, ton
  - Construction d’une base de contacts qualifiée
  - Création de scénarios automatisés (ex : relance, bienvenue)
  - Mesure des performances (taux d’ouverture, de clic, désinscriptions)
  - Bonnes pratiques RGPD et délivrabilité
- 

## **Module 8 – UX, landing page & taux de conversion**

- Construction d’une landing page efficace
  - Élaboration d’un tunnel de conversion
  - Importance du design responsive et de l’UX
  - Optimisation des CTA et éléments de réassurance
  - Tests A/B et analyse des résultats
- 

## **Module 9 – Élaboration d’une stratégie digitale complète**

- Définir ses objectifs SMART et son audience cible (persona)
- Choisir les canaux adaptés à son projet
- Élaborer un plan d’action multicanal
- Mettre en place un calendrier de contenu et de diffusion
- Piloter et ajuster la stratégie grâce aux outils d’analyse