

## PROGRAMME DÉTAILLÉ WEBMARKETING

### Objectifs :

Se perfectionner en la matière, et pouvoir le plus rapidement possible mettre en pratique l'apprentissage reçu dans un but de pragmatisme.

### Public concerné :

Cette formation est destinée à toutes les personnes ne maîtrisant pas ou peu les bases de **Webmarketing**.

- **Comprendre les bases du marketing digital**
- **Mettre en place une stratégie de webmarketing efficace**
- **Analyser et mesurer l'efficacité des actions menées**

### Organisation de la formation :

Durée	7 Heures
Tarif	245 €
Prérequis	Aucun
Encadrement	Formateur spécialiste en <b>Webmarketing</b> en distanciel synchrone
Evaluation	Réalisation de QCM de synthèse en autonomie avant, pendant et à la fin de la formation
Modalités d'inscription et assistance technique et pédagogique	Par mail (ceo@lunexa.ai) ou par téléphone au 07 82 80 72 72
Délais d'accès	Inscription au moins 7 jours avant le début de la formation
Accessibilité	Pour toutes personnes en situation de handicap, merci de contacter le référent Handicap au 07 82 80 72 72
Recueil des attentes	<ul style="list-style-type: none"><li>• Évaluation du niveau préformation par le formateur</li><li>• Définition des objectifs particuliers de la formation</li><li>• Adaptation si nécessaire de la formation selon le secteur d'activité et les besoins du/des stagiaires</li></ul>
Méthodes pédagogiques	Afin de renforcer l'interactivité, l'intérêt des participants et la qualité des apprentissages, l'intervenant privilégie les méthodes pédagogiques suivantes : <ul style="list-style-type: none"><li>• Méthodes d'animation participatives : interactivité, exemples et cas pratiques</li><li>• Procédés pédagogiques adaptés au niveau du/des participants</li><li>• Quiz</li></ul>
Moyens pédagogiques	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation en distanciel synchrone</li><li>• Ordinateur du client, ordinateur portable du formateur avec accès réseau/internet</li><li>• Espace de formation ou lieu de travail</li><li>• Utilisation de support de cours</li></ul>
Suivi et appréciation des résultats	<ul style="list-style-type: none"><li>• Appréciation des stagiaires : évaluations du contrôle de l'acquisition des connaissances via qcm avant, pendant et après la formation</li><li>• Questionnaire de satisfaction en fin de formation</li><li>• Attestation de fin de formation</li><li>• Certificat de réalisation</li></ul>

# PROGRAMME DÉTAILLÉ

## WEBMARKETING

### Module 1 – Introduction au Webmarketing

- Définition du webmarketing et enjeux pour les entreprises.
- Présentation des principaux leviers : SEO, SEA, SMM, emailing, analytics.
- Panorama des tendances actuelles et du comportement des internautes.

### Module 2 – Créer du contenu & introduction au SEO

- Principes de base d'un contenu web efficace.
- Introduction au référencement naturel (SEO) : fonctionnement des moteurs de recherche, structure des contenus optimisés.
- Présentation de quelques outils gratuits d'analyse de mots-clés

### Module 3 – Publicité en ligne : Google Ads & Social Ads

- Différences entre référencement naturel (SEO) et payant (SEA).
- Principes de base de Google Ads : campagnes, mots-clés, enchères, budget.
- Publicité sur les réseaux sociaux : formats, ciblage, positionnement.
- Vue d'ensemble des performances attendues

### Module 4 – Réseaux sociaux & stratégie de présence

- Tour d'horizon des plateformes principales : Facebook, Instagram, LinkedIn.
- Définir une stratégie de présence adaptée à sa cible.
- Bonnes pratiques de communication et types de contenus adaptés

### Module 5 – Email Marketing pour débutants

- Rôle de l'emailing dans une stratégie webmarketing.
- Structure d'une campagne efficace : liste de contacts, contenu, objet, appel à l'action.
- Présentation d'un outil d'emailing (Mailchimp, Brevo, etc.).
- Introduction aux notions d'automatisation (niveau basique)

### Module 6 – Suivre et analyser les performances

- Importance de la mesure des performances en marketing digital.
- Présentation des principaux KPIs : taux d'ouverture, de clic, de conversion, rebond...
- Introduction à Google Analytics (GA4) et autres outils simples de suivi.
- Lire et interpréter des données de base.