



## PROGRAMME DE FORMATION :

### Webmarketing : Concevoir, Optimiser et Performer



#### OBJECTIFS

- **Comprendre les bases du webmarketing** et les différents leviers digitaux (SEO, SEA, réseaux sociaux, email marketing).
- **Développer une stratégie digitale adaptée**, incluant la définition des audiences et des objectifs.
- **Créer du contenu optimisé et engageant** pour le web : articles, visuels, et publications sur les réseaux sociaux.
- **Utiliser les outils de webmarketing** essentiels comme Google Ads, Google Analytics, Canva, et Mailchimp.
- **Analyser les performances des campagnes** à l'aide d'indicateurs clés (KPIs) pour optimiser les résultats.
- **Renforcer l'autonomie dans la gestion de projets digitaux**, de la conception à l'ajustement des actions.

#### RÉSULTATS ATTENDUS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Élaborer une stratégie webmarketing alignée sur les objectifs d'une entreprise.
- Concevoir et publier des contenus optimisés pour le web, incluant textes, visuels et vidéos.
- Gérer des campagnes publicitaires en ligne (Google Ads, Facebook Ads) de manière autonome.
- Optimiser la visibilité d'un site web grâce au référencement naturel (SEO).
- Analyser les données de performance des campagnes à l'aide d'outils tels que Google Analytics.
- Adapter et améliorer les actions marketing pour maximiser l'impact et le retour sur investissement.



## Contenu de la Formation

### Module 1 : Introduction au Webmarketing

- Définition et concepts clés.
- Présentation des principaux canaux digitaux.
- Différence entre SEO (Search Engine Optimization) et SEA (Search Engine Advertising).
- Rôle des réseaux sociaux dans une stratégie digitale.

### Module 2 : Création et Optimisation de Contenu

- Identifier son audience cible (buyer persona).
- Techniques de rédaction web (mots-clés, storytelling, optimisations SEO).
- Création de contenu engageant pour blogs, réseaux sociaux et newsletters.
- Utilisation des outils gratuits pour créer des visuels (Canva, Adobe Express).

### Module 3 : SEO et Référencement Naturel

- Recherche de mots-clés et planification stratégique.
- Optimisation technique d'un site web : balises, vitesse, mobile-friendly.
- Introduction aux outils SEO : Google Search Console, SEMrush, Ahrefs.
- Analyse de la concurrence et backlinks.

### Module 4 : Publicité en Ligne – SEA et Réseaux Sociaux

- Introduction aux campagnes Google Ads (types d'annonces, budget).
- Publicités sur Facebook, Instagram et LinkedIn : ciblage et création.
- Étude de cas pratiques : création d'une campagne publicitaire.
- Mesure des performances publicitaires avec des KPIs pertinents.

### Module 5 : Email Marketing et CRM

- Les bases de l'email marketing (objectifs, segmentation).
- Création de campagnes efficaces via des plateformes comme Mailchimp.
- Suivi et analyse des résultats : taux d'ouverture, taux de clic.
- Intégration des outils CRM pour une gestion optimale des prospects.

### Module 6 : Analyse de Données et Ajustement

- Utilisation de Google Analytics : suivi du trafic et des conversions.
- Tableau de bord pour centraliser les KPIs clés.
- Analyse des retours sur investissement (ROI).
- Techniques pour ajuster et améliorer les performances des campagnes.

# INFORMATIONS & TARIFS

**PUBLIC VISÉ** Cette formation est ouverte à tous les publics.

**DURÉE** 11H, 14H, 18H, 21H, 24H, 28H, 35H

**TARIF** 800€, 1190€, 1500€, 1800€, 2100€, 2450€, 3000€

**PRÉREQUIS** Connaissances de base en informatique.

## LES POINTS FORTS

- Les apprenants bénéficient d'un suivi personnalisé, avec un encadrement et des conseils individualisés pour les aider à atteindre leurs objectifs de formation.
- Une expertise spécialisée, avec un contenu de qualité

## DISPOSITIF DE SUIVI DE LA FORMATION

- Des entretiens individuels sont réalisés avec les stagiaires afin d'analyser les besoins spécifiques de l'entreprise.
- Une feuille de présence est utilisée pour enregistrer la présence des stagiaires à chaque demi-journée de formation.
- Des exercices pratiques, tels que des mises en situation, sont proposés pour permettre aux stagiaires de mettre en pratique les connaissances acquises.
- Des évaluations orales sont effectuées, souvent sous forme de questions à choix multiple (QCM), pour évaluer la compréhension des stagiaires.
- Des formulaires d'évaluation de la formation sont utilisés, comprenant une évaluation des compétences acquises, une évaluation immédiate (à chaud) et une évaluation ultérieure (à froid) des stagiaires.

# ACCESSIBILITÉ HANDICAP

- En fonction de l'handicap signalé par la personne, le référent pédagogique de la formation évalue avec lui la modalité pratique la plus adaptée.
- Formation accessible à toute personne en situation d'handicap.

## LES MOYENS PÉDAGOGIQUE ET TECHNIQUE

- Cette formation utilise différentes méthodes pédagogiques, notamment la méthode expositive et affirmative, pour favoriser l'apprentissage.
- Elle combine des cours théoriques avec des activités pratiques, permettant ainsi une approche équilibrée.
- Les salles de formation sont équipées de vidéoprojecteurs, et le contenu des différents modules est présenté à l'aide de supports PowerPoint.
- Une fois la formation terminée, le contenu pédagogique reste disponible pour consultation ultérieure.

## NOS MOYENS DE CONTACT



[contact@artekgroup.fr](mailto:contact@artekgroup.fr)



[artekgroup.fr](http://artekgroup.fr)



**07.44.31.82.55**

### Responsable Pédagogique

M. GUIDOT Lucas  
[contact@artekgroup.fr](mailto:contact@artekgroup.fr)  
01.83.90.12.11

### Référent Handicap

M. GUIDOT Lucas  
[contact@artekgroup.fr](mailto:contact@artekgroup.fr)  
01.83.90.12.11

### Référent Mobilité national/international

M. GUIDOT Lucas  
[contact@artekgroup.fr](mailto:contact@artekgroup.fr)  
01.83.90.12.11