



RENCONTRONS-NOUS !

CRÉ@VALLÉE SUD

SIRET : 753 127 398 00026

05 53 45 85 70

AVENUE DE BORIE MARTY

DÉCLARATION D'EXISTENCE :

CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

72 24 01587 24

adhénia formation

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

INFORMATIQUE, TECHNIQUE  
ET BUREAUTIQUE

COMMERCE, MARKETING,  
COMPTABILITÉ, GESTION

RELATIONS ET  
RESSOURCES HUMAINES

DÉVELOPPEMENT  
PERSONNEL

SÉCURITÉ ET SANTÉ  
AU TRAVAIL

LANGUES  
ÉTRANGÈRES

# PARCOURS WEB MARKETING

CPF



1 / 5



Soyez acteur de votre parcours de formation et passez à l'action !

## Objectifs

- Développer son savoir-faire dans les différents domaines du e-marketing.
- Adapter sa stratégie aux contraintes du web.
- Comprendre et intégrer les bonnes pratiques du marketing digital.



### Durée de formation

5 jours soit 35 heures



### Public

Toute personne amenée à concevoir et gérer des actions marketing sur le web.



### Prérequis

Maîtrise de base du web et connaissance minimale des réseaux sociaux.



### Niveau / Certification Obtenue

Certification TOSA



### Type de formation / stage

Intra/Inter/ Accompagnement individuel

## Méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation

Alternance de théorie et d'exercices de rédaction.

Apprentissage de techniques simples et directement applicables.

Analyse individuelle et collective des pratiques.

## Programme

### 1. Les spécificités du marketing appliqué au web

Les caractéristiques du web :

- Les supports et la technologie
- L'interactivité
- La densité d'information
- Le rapport au temps

Les spécificités du e-marketing :

- Le comportement de l'internaute



RENCONTRONS-NOUS !

CRÉ@VALLÉE SUD

SIRET : 753 127 398 00026

05 53 45 85 70

AVENUE DE BORIE MARTY

DÉCLARATION D'EXISTENCE :

CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

72 24 01587 24

adhénia formation

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

INFORMATIQUE, TECHNIQUE  
ET BUREAUTIQUE

COMMERCE, MARKETING,  
COMPTABILITÉ, GESTION

RELATIONS ET  
RESSOURCES HUMAINES

DÉVELOPPEMENT  
PERSONNEL

SÉCURITÉ ET SANTÉ  
AU TRAVAIL

LANGUES  
ÉTRANGÈRES

# PARCOURS WEB MARKETING

CPF



2 / 5

- La multiplicité et l'additivité des supports et des actions
- Les contraintes techniques
- Les opportunités technologiques

Concevoir une stratégie web et déterminer les cibles ( internautes).

## 2. Création de site

Typologie des sites : quel site pour quels enjeux ?

- Comprendre le rôle des technologies constitutives d'un site.
- Quels intervenants solliciter en fonction du projet ?
- CMS ou sur-mesure ?
- Choisir le design de son site (création, format).
- Personnaliser son site.
- Partager le site.
- Créer la structure de son site.
- Ajouter des menus.
- Création d'un plan de site.
- Changer les urls.

Créer les pages de son site internet

- Créer les pages.
- Les types différents de page (vierge, gestion documentaire, blog/annonces, liste, page préformatée...)
- Gérer la mise en page.
- Gérer la mise en forme, les polices de caractères, les couleurs.

Gérer le contenu des pages

- Insérer des images de son ordinateur ou d'un album web Picasa, des gadgets, des liens
- Insérer des vidéos YouTube, des calendriers Google Agenda, des documents Google Documents et des cartes Google Map
- Utiliser des diaporamas Picasa ou autres, Des formulaires Google Documents et de la musique

L'administration du site

- Historique des activités.
- Gestion de l'arborescence.





RENCONTRONS-NOUS !

CRÉ@VALLÉE SUD

SIRET : 753 127 398 00026

05 53 45 85 70

AVENUE DE BORIE MARTY

DÉCLARATION D'EXISTENCE :

CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

72 24 01587 24

adhénia formation

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

INFORMATIQUE, TECHNIQUE  
ET BUREAUTIQUE

COMMERCE, MARKETING,  
COMPTABILITÉ, GESTION

RELATIONS ET  
RESSOURCES HUMAINES

DÉVELOPPEMENT  
PERSONNEL

SÉCURITÉ ET SANTÉ  
AU TRAVAIL

LANGUES  
ÉTRANGÈRES

# PARCOURS WEB MARKETING

CPF



3 / 5

- Gestion des documents stockés.
- Gestion des modèles de page.
- Restauration d'éléments supprimés.
- Suivi avec Google Analytics.

## 3. Réseaux sociaux pour les pro

### Utiliser les réseaux sociaux de façon stratégique

- Panorama et évolution des réseaux sociaux et de leurs usages
- Les typologies des réseaux sociaux et des identités numériques (analyse de D. Cardon)
- Zoom sur Facebook et son usage professionnel
- Twitter, Instagram et LinkedIn

### La nouvelle dimension sociale d'Internet

- Les briques de construction du Web social.
- La dimension sociale des services en ligne.
- La construction de l'identité numérique.
- Anonymat ou transparence ? La recherche de personnes sur Internet.

### Les outils de la collaboration numérique

- 10 exemples d'outils et d'usages collaboratifs et sociaux.
- Frontière sphère privée et sphère publique.
- Gestion de la réputation numérique.
- Small World : étendre ses opportunités de rencontres professionnelles.

### Une typologie des réseaux sociaux

- Inscription rapide.
- Avatars et listes d'amis.
- Groupes d'affinité.
- Invitations et messagerie.
- Personnalisation.

### Gérer son espace personnel ou professionnel

- Multiplier les dispositifs de publication.
- Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux.
- Social bookmarking et syndication RSS.



INFORMATIQUE, TECHNIQUE  
ET BUREAUTIQUECOMMERCE, MARKETING,  
COMPTABILITÉ, GESTIONRELATIONS ET  
RESSOURCES HUMAINESDÉVELOPPEMENT  
PERSONNELSÉCURITÉ ET SANTÉ  
AU TRAVAILLANGUES  
ÉTRANGÈRES

# PARCOURS WEB MARKETING

CPF



4 / 5

- Mesure d'audience versus réputation.

## Afficher sa présence

- Le blog personnel ou collectif au centre de la construction du réseau social.
- Créer son profil et gérer ses relations.

## Les clés du référencement et de la visibilité numérique

- Intégration de services externes dans son espace de publication.

## Stratégie de présence sur les réseaux sociaux

- Gérer votre stratégie de présence sur les réseaux sociaux.
- Etat des lieux de vos projets (intranet, système d'information, site web).
- Quels dispositifs de communication (interne ou externe) intégrer ?
- Exemples d'intégration en entreprise

## Concevoir une stratégie médias sociaux

- Structurer un diagnostic médias sociaux (modèle 3C, modèle POEM), SWOT Médias Sociaux)
- Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page LinkedIn, chaîne YouTube, blogs ... quels médias choisir ?
- Construire son plan d'actions opérationnel : ligne éditoriale, stratégie de recrutement...
- Créer et animer des espaces sur les médias sociaux
  - Page Facebook : créer sa page, le Edge rank, mesurer les résultats, social ads.
  - Compte Twitter : vocabulaire, objectifs, metrics.
  - LinkedIn et Viadeo : employee advocacy, social selling, thought leadership, marque employeur,... opportunités et clés de succès.
- Utiliser les médias sociaux visuels : YouTube, Instagram, Snapchat, Pinterest.

## Sécuriser l'e-réputation de l'entreprise

- L'impact et le traitement des avis clients négatifs.
- Anticiper et gérer une crise sur Internet.

## Organiser votre dispositif médias sociaux

- Choisir les bons outils de management des médias sociaux (SMMS).
- Définir ses tableaux de bord.

## Gouvernance et charte des médias sociaux



RENCONTRONS-NOUS !

CRÉ@VALLÉE SUD

SIRET : 753 127 398 00026

05 53 45 85 70

AVENUE DE BORIE MARTY

DÉCLARATION D'EXISTENCE :

CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

72 24 01587 24

adhénia formation

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

INFORMATIQUE, TECHNIQUE  
ET BUREAUTIQUE

COMMERCE, MARKETING,  
COMPTABILITÉ, GESTION

RELATIONS ET  
RESSOURCES HUMAINES

DÉVELOPPEMENT  
PERSONNEL

SÉCURITÉ ET SANTÉ  
AU TRAVAIL

LANGUES  
ÉTRANGÈRES

## PARCOURS WEB MARKETING

CPF



5 / 5

### 4. Rédaction web

- Pourquoi une rédaction spécifique ?
- Caractéristiques de la rédaction pour le web : plan, titrage, valorisation du texte
- Impact sur le référencement
- Rédiger pour un blog pour les réseaux sociaux
- Déterminer une ligne éditoriale cohérente avec les personnes et la stratégie web
- 5.
- E-mailing et newsletters
- Caractéristiques techniques à maîtriser : base de données, routage
- Concevoir une campagne e-mailing en fonction des objectifs marketing
- Création du message ou de la newsletter