FORMATION - WEB

Marketing et communication web

31 avenue de la Sibelle 75014 Paris
Tél. 01 48 03 57 43
Mail : formation@crea-image.net
www.crea-image.net

CREA IMAGE COMMUNICATION
SAS AU CAPITAL DE 20 000 €
ORGANISME DE FORMATION N°11 75 36820 75
N° TVA INTRA COMMUNAUTAIRE FR35479739254
RCS PARIS B 479 739 245 - APE 8559A

Durée
5 Jours - 35 Heures

Objectifs
Connaître les différents outils afin d'être visible sur internet : le référencement, les liens sponsorisés, la publicité, le display, le content marketing, google Analytics, l'emailing, la newsletter optimisée, le choix d'un réseau social.

Pré-requis
Connaitre l'environnement web et être à l'aise avec le travail sur logiciels.

Modalités d'inscription
L'admission du candidat se fait sur la base :

- D'un questionnaire préalable dans lequel le candidat détaille ses compétences, ses acquis, ses formations et études et son objectif professionnel
- D'un entretien (téléphonique ou face à face, selon les cas) avec le responsable des formations, de la pédagogie et de la coordination des programmes afin de valider l'admission et répondre aux questions du candidat

Méthode pédagogique
Formation présentielle et/ou distancielle pendant laquelle sont alternés les explications théoriques et techniques et les exercices pratiques. Apprentissage par la pratique d'exercices.

Matériel pédagogique
Un ordinateur Mac ou PC par personne. Support de cours fourni.

Modalités d'évaluation
Evaluation en fin de parcours type QCM ou questions ouvertes. Exercices pratiques.

Public
Responsable communication, marketing. Webmaster. Dirigeant TPE/PME. Indépendant. Toute personne souhaitant mettre en place les techniques permettant d'améliorer sa communication

et sa visibilité sur Internet.

Accessibilité

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Les aspects, l'accessibilité et le type de handicap au regard des modalités d'accompagnement pédagogiques sont à évoquer impérativement au cours de l'entretien préalable à toute contractualisation afin de pouvoir orienter ou accompagner au mieux les personnes en situation de handicap.

Programme

Introduction au webmarketing

- Du web 1.0 au web 3.0 : connaitre les grandes évolutions du web 3.0 Illustrer les principales tendances actuelles
- Détourner les 6 leviers de persuasion

Tunnel de conversion

- S'approprier les bases de l'inbound marketing
- Concevoir un parcours utilisateur
- Identifier la stratégie de contenu à adopter

Attirer des visiteurs sur son site

- Appréhender les enjeux du référencement naturel et payant
- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Optimiser son site pour le SEO : les bonnes pratiques on et off page
- Suivre les bons indicateurs
- Gérer une campagne de référencement payant avec Google Ads Mettre en place une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux
- Concevoir des contenus d'appel attractifs
- Décliner des personas afin d'identifier les messages clés prioritaires

Convertir sur son site

- Concevoir des contenus optimisés pour la conversion
- Améliorer l'expérience utilisateur : fluidifier la navigation, structurer ses pages, hiérarchiser l'information, rédiger des titres accrocheurs
- Optimiser son site pour la conversion : concevoir des landing pages et appels à l'action, maquetter sa home page
- Suivre les bons indicateurs

Collaborer avec les influenceurs

- Identifier les grandes typologies d’influenceurs
- Adapter son approche au profil de chaque influenceur
- Mettre en place une relation durable

Investir les réseaux sociaux

- Dresser un panorama des principaux réseaux sociaux et de leurs spécificités
- Concevoir une ligne éditoriale convaincante
- Optimiser ses publications pour le partage
- Utiliser des outils de management des réseaux sociaux
- Suivre les bons indicateurs

Lead nurturing grâce à l’emailing

- Mettre en place des stratégies de lead nurturing
- Optimiser ses emailings : bonnes et mauvaises pratiques
- Optimiser ses campagnes à l’aide d’un outil dédié Suivre les bons indicateurs

Engager sa communauté

- Tirer profit des leviers de viralité et d’engagement
- Exploiter les techniques de storytelling
- Mettre en place une stratégie de marketing communautaire

Piloter et monitorer sa stratégie marketing

- Concevoir des reportings intelligents
- Suivre les bons indicateurs grâce à Google Analytics
- Mettre en place une veille efficace

Mise à jour le 14 avril 2026

31 avenue de la Sibelle 75014 Paris
Tél. 01 48 03 57 43
Mail : formation@crea-image.net
www.crea-image.net

CREA IMAGE COMMUNICATION
SAS AU CAPITAL DE 20 000 €
ORGANISME DE FORMATION N°11 75 36820 75
N° TVA INTRA COMMUNAUTAIRE FR35479739254
RCS PARIS B 479 739 245 - APE 8559A