



## 2.9 - Maîtriser les bases du webmarketing pour promouvoir son offre de formation

### Dates et lieux

2 jours soit 14 heures  
De 9h à 17h

date  
18 et 19 Novembre 2019

Lieu  
Centre de Vie Agora  
Bât A - ZI les Paluds - BP 1002 -  
13781 AUBAGNE Cedex

### Intervenants

#### Mélodie BECQUET

- Formatrice en digital learning, webmarketing et SEO/SEA pour PERSPECTIVE
- Consultante webmarketing, SEO/SEA et Community Manager Freelance
- Enseignante en communication niveau Bachelor et MBA – Ecole Elysee Marbeuf Cannes
- Formatrice Enseignante e-marketing, univers digital et management de l'audience digitale de la 1ère à la 5ème année pour MediaSchool de Nice
- Animatrice d'une communauté de coworkers de plus de 100 adhérents, Espaces Les Satellites

### Public

Responsables de structure, responsables de formation, responsables pédagogiques, coordinateur, chargé-e-s de communication d'organisme de formation.

### Pré-requis

Maîtrise d'un ordinateur et d'un navigateur Internet.

### Tarif

Module payant.

### Objectif

#### Objectifs généraux :

- Connaître les aspects juridiques liés à la communication dans le champ de la formation
- S'approprier l'utilisation des réseaux sociaux
- Développer sa e-réputation
- Créer et animer une communauté virtuelle

A l'issue de la formation les participants seront en mesure de :

- Maîtriser l'utilisation des réseaux sociaux (Facebook / Twitter / LinkedIn) pour recruter des stagiaires, créer une communauté de formateurs, se positionner comme experts dans le secteur de la formation.
- Connaître les aspects juridiques liés à la communication
- Apprendre à créer des campagnes de mots clés sponsorisés (Adwords)
- Savoir créer un emailing
- Analyser les coûts et ROI des outils de marketing online

### Contenus

#### JOUR 1

##### Matin :

- Les enjeux du webmarketing en général, dans le milieu de la formation en particulier.
- Les fondamentaux des réseaux sociaux

##### Après-midi :

- Les publications sur Facebook et Twitter: les réflexes à adopter
- Les types de publications selon les cibles visées
- Créer un calendrier éditorial
- Savoir repérer les influenceurs
- Créer une communauté de professionnels sur LinkedIn
- La démarche « Give To Get » : le content marketing

**Exercice : rédiger un calendrier de publications sur 2 mois**

#### JOUR 2

##### Matin :

- Le référencement naturel : optimisation technique et éditoriale
  - Les bases du SEO
  - Les optimisations techniques
  - Les optimisations éditoriales
- Le référencement publicitaire : Google Adwords
  - Fonctionnalités générales
  - Structure des campagnes
  - Choix des stratégies d'enchères
  - Choix des mots clés
  - Rédaction des annonces
- Vidéo Marketing : Zoom sur les publicités Youtube

**Exercice : créer une architecture de campagnes**

##### Après-midi :

- Le SMA : les publicités sur les réseaux sociaux
  - Publicité et ciblage
  - Les mesures d'impact

**POUR S'INSCRIRE**  
➔ **CLIQUER ICI**

[www.espace-competences.org](http://www.espace-competences.org)

Rubrique : Acteurs de la formation /  
Le dispositif de professionnalisation du CARIF



Le coût d'une journée de formation est de 200 euros par participant. Le CARIF n'est pas assujéti à la TVA.

- La mise en place de campagne d'emailing
  - Le calcul de retour sur investissement grâce à Google Analytics
- Exercice : créer une Newsletter sur Mailchimp**
- Conclusion de la session et retour d'expérience « tour de table »
- QCM de validation des acquis**

## Méthode et organisation pédagogique

Notre formation constituée de deux journées consécutives sera organisée en plusieurs séquences pédagogiques par alternance de plusieurs méthodes pédagogiques :

- Exercices, cas concret favorisant l'acquisition des connaissances et compétences
- Travail individuel ou en sous-groupe avec étude des problématiques internes à chacun
- Échanges au sein du groupe

Le ou les supports vus en formation pourront être envoyés aux stagiaires par email. Le support power point de la formation pourra ultérieurement être envoyé en format PDF aux stagiaires.

## Evaluation

L'évaluation des acquis et de la progression des stagiaires se fait par l'intermédiaire d'une démarche dite de « réactivation » en fin de formation.

A l'issue de la seconde journée de formation est mis en place :

- Un QCM de mesure des acquis de 20 min
- Un retour d'expérience oral permettant de vérifier l'atteinte des objectifs de la formation par le formateur référent.

Par ailleurs, dans le cadre des exigences Qualité impactant les Organismes de Formation une évaluation à chaud de la satisfaction des stagiaires à remplir le dernier jour de la formation en fin de journée est proposée.

**POUR S'INSCRIRE**  
**➔ CLIQUER ICI**

[www.espace-competences.org](http://www.espace-competences.org)

Rubrique : Acteurs de la formation /  
Le dispositif de professionnalisation du CARIF