



## Savoir communiquer sur le web

### Objectifs de la formation :

- ✓ • Savoir développer sa visibilité sur Internet
- ✓ • Établir le plan de communication digitale de l'entreprise
- ✓ • Savoir surveiller son e-réputation

**Durée :**  
21 heures

**Coût de la formation :**  
Individuel, 2500€ HT

**Niveau et public :**  
La formation s'adresse à un public de professionnels souhaitant mettre en place une stratégie de développement digitale

**Prérequis :**  
Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet.

**Présentiel, dans l'entreprise**

### 1 - Élaborer sa stratégie de marque et de communication digitale

- Définir son identité de marque :
  - o Développer un brand content efficace
  - o Découvrir les bonnes pratiques d'entreprises
  - o Connaître les clés de réussite d'une identité différenciante
- Sélectionner les bons canaux digitaux :
  - o Panorama des solutions de communication digitale
  - o Bonnes pratiques d'entreprises
- Surveiller son e-réputation
  - o Les commentaires et avis clients : comment les suivre et comment réagir ?
  - o La veille et l'écoute des médias sociaux
  - o Qu'est-ce que l'e-réputation et comment la gérer ?
  - o Les outils à mettre en place Savoir définir les objectifs, les cibles et les Personas

**Formatrice :**

Hélène Wangler, experte en Marketing digital et formatrice

**Moyens pédagogiques :**

Support de formation fourni. Exercices pratiques proposés durant la formation.

**Moyens d'évaluation :**

Exercices réguliers.

**Attestation :**

Une attestation de formation est délivrée à la fin de la formation.

**Délais d'accès à la formation :**

Une formation est organisée toutes les 8 semaines. La formation est ouverte aux personnes en situation de handicap.

## 2 - Établir le plan de communication digitale de l'entreprise

- Savoir définir les objectifs, les cibles et les personas
- Choisir les canaux de communication adéquates
- Planifier les actions et les campagnes
- Déterminer les moyens à mettre en place humains et financiers
- Mesurer les résultats de ses actions

## 3 - Les fondamentaux du webmarketing

- Panorama et tendances de l'ensemble des leviers digitaux
- Les principaux leviers d'acquisition. Leur avantages et inconvénients
- Exister sur les moteurs de recherches
- Mettre en place sa stratégie webmarketing
- Le suivi de l'audience et des résultats

## 4 - Référencement naturel et rédaction web

- Les bases du référencement naturel : offrir du contenu à Google
- Comprendre l'intérêt et les fondamentaux de la rédaction web
- Développer une stratégie de contenus
- Apprendre à rédiger pour un lecteur qui lira sur un écran
- Apprendre à rédiger pour être référencé dans les moteurs de recherche
- Identifier les mots clés et outils à utiliser

### Résultats de la formation (non dispensée en 2024) :

- Taux de satisfaction stagiaire :
- Taux d'assiduité à la formation :
- Evolution de la fréquentation sur le site web de l'entreprise suite à la formation :