



Compétences Webmarketing

Les compétences liées au webmarketing ou à la communication digitale sont essentielles pour les entreprises, afin de répondre à la demande de leurs clients, de prospecter de nouveaux secteurs, de recruter de nouveaux talents et bien sûr de se développer.

Ces compétences peuvent exister au sein des entreprises mais elles sont souvent réparties entre différents collaborateurs :

- Administration d'un site,
- Création de visuels,
- Animation des réseaux sociaux,
- Rédactionnel,
- Vision stratégique pour la communication digitale,
- Collaboration avec des prestataires externes,
- etc.

Ces besoins sont ressentis dans le secteur privé et le secteur public ou associatif, par de grands employeurs, comme de plus petits, qui ne peuvent se permettre de recruter 2 ou 3 collaborateurs pour rassembler des compétences multiples.

Les dirigeants de petites structures et les auto-entrepreneurs sont souvent amenés à réaliser leur propre communication en autonomie afin de tester leur projet et détecter leurs premiers clients.

Le rôle prépondérant de l'image sur internet, la place de la vidéo, l'omniprésence des réseaux sociaux et des activités qui s'y rapportent (le community management, la protection de sa e-réputation, l'avant-vente et la gestion de la relation client...) réclament une modification de l'approche de la présence sur internet pour tous les professionnels.

Durée

150 heures

Objectifs

Objectif stratégique

Il est important d'acquérir une vision stratégique sur sa communication notamment pour la partie communication digitale :

- Quel positionnement adopter ?
- Quels outils utiliser (site, réseaux sociaux, relais, etc.), en fonction de quels moyens et pour quels objectifs ?

Objectif rédactionnel et création de contenu

Il est important de savoir transcrire un objectif stratégique en messages (écrits, graphiques ou visuels) :

Comprendre les différents formats de messages (visuels, documents, textes longs, format post sur les réseaux sociaux, vidéos, etc.) en fonction du public visé et des algorithmes de visibilité des différentes plateformes.

Objectif technique

L'objectif visé par cette formation n'est pas de former des développeurs web ou des graphistes pointus, mais des collaborateurs à l'aise dans la pratique technique : Service en ligne, utilitaires, CMS (outil de création de site Web), etc.

Il existe de nombreux outils dit « no-code » ou sans technicité spécifique. Des prestataires peuvent apporter une expertise et prendre en charge une partie du projet. Mais cela nécessite de comprendre les enjeux techniques, d'acquérir le vocabulaire métier et d'acquérir un minimum de compétences techniques.

A l'issue de cette formation, les apprenants sont en mesure de :

- Maîtriser un socle de base technique et comprendre le fonctionnement des outils
- Être à l'aise dans des discussions ou négociations avec des prestataires plus spécialisés
- Gagner en curiosité et rester informés. Les solutions techniques sont par nature évolutives

Programme de formation

Ce programme est découpé en 3 modules, répartis progressivement dans le déroulé pédagogique :

- Module Création de site Internet
- Module graphisme et création visuel pour le web
- Module Réseaux sociaux

Il est possible de suivre :

- L'intégralité de la formation de façon continue,
- Seulement un ou deux modules,
- De suivre l'ensemble des modules à votre rythme, sur plusieurs sessions différentes.

Un projet webmarketing à mener

Un projet, réel ou fictif est demandé aux apprenants. Construit tout au long de la formation, il sert de fil conducteur et permettra d'affiner une stratégie webmarketing.

Nous préconisons de partir sur un projet réel : projet de lancement d'entreprise, de création d'un e-commerce, de communication digitale pour un proche ou d'une association. Votre implication n'en sera que plus importante et votre apprentissage plus efficace.

Si vous n'avez pas l'opportunité d'avoir un projet réel, nous vous préconisons de partir sur un projet fictif dans le secteur d'activité dans lequel vous souhaiteriez travailler. Cela vous permet d'avoir un premier portefeuille.

Vous êtes accompagné, tout au long de la construction de ce projet personnalisé.

Module Création de site internet -79h

Sont abordés dans ce module :

- Les clés pour penser son projet web,
- WordPress, Jimdo, Joomla,
- Le référencement naturel (SEO),
- L'analyse d'audience web
- La fidélisation avec l'emailing et les SMS
- La publicité ciblée
- Le droit et numérique
- Mettre en place une veille

Objectifs du module création de site internet :

- Maîtriser les fondamentaux d'un site actuel (usages, ergonomie, attentes de l'internaute, tendances) et savoir-faire de la veille sur ces tendances.
- Connaître les principaux outils de création de contenus en ligne (CMS) – avantages, contraintes, risques : Jimdo, Joomla et WordPress, et savoir créer un site avec ces outils, les mettre à jour et les faire évoluer
- Découvrir, au besoin, des outils dédiés au e-commerce
- Créer des contenus en ligne, alimenter un site web et le faire vivre
- Comprendre l'articulation des langages web (HTML, CSS) pour la création des sites
- Savoir comprendre et exploiter les services d'analyse de trafic sur internet (Google Analytics)
- Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel (SEO), pouvoir les mettre en œuvre, et savoir-faire de la veille pour détecter, et appliquer les modifications nécessaires aux sites optimisés
- Mettre en place des campagnes de publicité en ligne
- Fidéliser avec un emailing ou des sms
- Maîtriser les fondamentaux réglementaires liés à une présence sur internet (Loi informatique et liberté, RGPD, droit d'auteur, droit à l'image, etc.)

Module Graphisme et création de visuels pour le web - 35h

Sont abordés dans ce module :

- Des applicatifs de création d'image en ligne,
- Adobe Photoshop et la manipulation de photo
- Adobe Illustrator et le dessin vectoriel
- Adobe Indesign et la mise en forme de plaquettes
- Le montage vidéo avec Adobe Première

Objectifs du module graphisme et création de visuels :

- Maîtriser les enjeux et les outils de création, de manipulation et de diffusion de l'image sur Internet
- Construction d'une image : point de vue, organisation, etc.)
- Manipulation et modification de l'image (préparation pour une diffusion sur internet, conversion dans des formats différents et adaptés, taille, dimensionnement)
- Récupération d'images de sources et de formats différents pour diffusion en ligne (sites web, emailings, réseaux sociaux...)
- Maîtrise des principaux outils de manipulation graphique
- Services en ligne de stockage, de partage, manipulation et de traitement des images

Module réseaux sociaux et community management - 36h

Sont abordés dans ce module :

- Facebook,
- Twitter,
- Instagram,
- LinkedIn,
- La gestion de l'e-réputation,
- Les outils et stratégies de community management

Objectifs du module Réseaux sociaux :

- Maîtriser l'environnement des Réseaux Sociaux
- Connaître le panorama des principaux réseaux sociaux (images, vidéos, génériques, professionnels, micro-blogging...)
- Pouvoir, savoir-faire une veille efficace sur les réseaux et pouvoir agir dans les bons délais, et à bon escient
- Connaître et savoir utiliser les outils, utilitaires et services fluidifiant la pratique des réseaux sociaux
- Pouvoir recruter, animer une communauté d'utilisateurs, de fans, et promouvoir des produits, des usages, des concepts ou des idées
- Savoir mettre en place des actions de marketing viral, de « buzz » auprès de sa communauté
- Gérer la réputation de son entreprise / collectivité, pouvoir la mesurer et l'influencer
- Savoir comment agir en cas de menace pour la réputation ou l'intérêt de l'entreprise (en concertation avec un service juridique)

Public visé

- Chargé/es de communication non-initiés aux usages de l'internet ou souhaitant les approfondir
- Secrétaires (partiellement ou non) chargé/es de communication
- Salarié/es travaillant sur l'image et la communication externe
- Vendeurs/euses ou commerciaux
- Professionnel(le)s en reconversion ou en réorientation en formation initiale ou continue
- Demandeurs d'emploi,
- Créateurs d'entreprise,
- Dirigeants souhaitant mieux connaître les outils et améliorer leur communication digitale.

Prérequis

- Avoir accès à sa messagerie pendant la formation (création de compte, etc.)
- Avoir des comptes sur les différents réseaux sociaux n'est pas indispensable- les comptes seront créés pendant la formation
- Intérêt, curiosité pour le e-marketing
- Maîtrise des fondamentaux de l'informatique (souris, clavier, fenêtres Windows, etc...)

Modalités de suivis

- Il est demandé aux stagiaires à chaque début de demi-journée la signature de la feuille de présence.
- Durant la formation, le formateur veille à la bonne compréhension et acquisition de l'information au travers de questions posées aux stagiaires.

Possibilité de suivre la formation sous forme de modules :

- Module site web
- Module réseaux sociaux
- Module traitement graphique

Moyens pédagogiques

- Plateforme de travail collaboratif
- Centre de ressources multimédia
- Supports multimédia
- Sites web et utilitaires connexes
- Services en ligne et logiciels de création et d'édition de newsletter
- Services en ligne et logiciels de création de sites (WordPress, Joomla)
- Éditeurs de CSS et HTML
- Comptes en ligne Analytics
- Diaporamas et cartes heuristiques
- Supports remis aux stagiaires

Accessibilité

Alençon, Saint-Lô : Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite

Caen - locaux partiellement accessibles aux personnes à mobilité réduite

Modalités d'évaluation

- Projet à réaliser tout au long de la formation : création de site web, fédération de communauté sur les réseaux sociaux, etc.
- Évaluations intermédiaires : développer une stratégie sur les réseaux sociaux, créer un visuel

- Évaluations finales : Evaluation de connaissances

Des professionnels de chaque discipline évalueront les tests effectués par les participants, et jugeront si les compétences visées sont atteintes. **Un total de 4 tests répartis pendant toute la durée de la formation, sera réalisé. Si les compétences visées sont atteintes, le participant obtiendra l'attestation.**

Dans le cas du suivi d'une partie seulement de la formation, une attestation de suivi est délivrée. Si une partie des tests est effectuée, les notes peuvent être reprises dans le cadre d'une poursuite de la formation.

Poursuites d'études

Les participants à cette formation peuvent, s'ils le souhaitent, prolonger en s'inscrivant à la formation BAC+2 - Assistant Web et Marketing