

Poser les bases de son webmarketing et clarifier son message

Une formation pragmatique et structurante, basée sur les projets réels des participants, permettant de poser ou clarifier une stratégie webmarketing cohérente. Les participants travaillent directement sur leur marché, leurs cibles et leurs messages afin de repartir avec des fondations stratégiques claires et immédiatement exploitables.

Durée : 8.00 heures

Profils des stagiaires

- Dirigeants
- Entrepreneurs
- Responsable marketing
- Responsable communication
- Chargé.e de marketing
- Chargé.de de communication
- Chef.fe de projet
- Toute personne impliquée dans la définition ou le pilotage d'une stratégie marketing digitale pour son activité

Prérequis

- Disposer d'une activité, d'un projet ou d'un site web permettant de travailler sur un cas concret.
- Aucun prérequis technique spécifique n'est nécessaire.
- Les pré-requis sont validés lors d'un échange avec le commanditaire du projet de formation et retranscrits dans le document de recueil des besoins. Il s'agit d'un document collaboratif partagé systématiquement avec le commanditaire à l'issue du premier entretien pour co-construire l'action de formation. Par ailleurs, nous adressons à chaque apprenant, 2 semaines avant le début de la formation, un questionnaire de préparation de la formation pour adapter au mieux la formation à ses besoins.

Objectifs pédagogiques

- Analyser son marché et son environnement
- Identifier les cibles, segmenter l'audience et formaliser des personas.
- Fixer des objectifs webmarketing cohérents et mesurables
- Sélectionner les leviers adaptés à sa stratégie
- Mettre en place une veille marketing
- Construire un message de marque cohérent et une identité éditoriale alignée avec la stratégie

Contenu de la formation

- Stratégie webmarketing & analyse du marché
 - Définition de la stratégie webmarketing
 - Rôle du webmarketing dans la stratégie globale
 - Analyse de l'environnement et de la concurrence
 - Diagnostic interne et externe du marché
 - Identification des avantages concurrentiels
 - Détermination des facteurs clés de succès

- Veille et parcours d'achat
 - Principes de la veille marketing et concurrentielle
 - Mise en place d'une veille structurée
 - Analyse des tendances webmarketing
 - Compréhension du parcours d'achat
 - Approche customer centric et points de contact digitaux
- Audience, segmentation & objectifs marketing
 - Identification et segmentation des cibles
 - Formalisation des personas
 - Estimation du potentiel marché
 - Formulation d'objectifs marketing SMART
 - Sélection des leviers d'acquisition adaptés
- Message, storytelling & identité éditoriale
 - Définition du message clé et de la promesse
 - Principes du storytelling appliqués à la marque
 - Construction du récit de marque
 - Élaboration d'une charte éditoriale
 - Cohérence entre message, cibles et canaux

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Manager de transition digitale et formatrice, Céline a plus de 23 ans d'expérience terrain auprès de TPE, PME et grands comptes. Elle accompagne les entreprises dans la structuration de leur stratégie webmarketing, de l'analyse du marché à la définition des cibles, des objectifs et du message.

Ses formations sont pragmatiques, basées sur des situations réelles, afin de permettre une mise en application directe dans votre contexte professionnel.

Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Apports méthodologiques structurés
- Cas pratiques appliqués
- Etudes de cas concrets
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Pour les formations en présentiel, des salles de formation agréables, lumineuses, spacieuses, modernes, équipées de connexion très haut débit, de grands écrans, et à proximité immédiate des transports.
- Pré-requis matériels : disposer d'un ordinateur. En cas de formation à distance, disposer également d'une connexion internet.
- Une semaine avant le début de la formation, nous donnons, à chaque participant, un accès sécurisé à notre plate-forme de formation en ligne (LMS : Learning Management System). L'apprenant accède via son extranet au livret d'accueil, au tuto de l'espace apprenant et au règlement intérieur.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence signées en ligne depuis l'extranet de formation
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation transmis à la fin de la formation
- 10 jours avant l'entrée en formation : Nous transmettons à chaque stagiaire un questionnaire de préparation de la formation permettant d'adapter au mieux la formation à ses besoins.

BlueMarketing Academy

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing

contact@bluemarketing.academy

www.bluemarketing.academy



- Pendant la formation : Le contrôle de connaissances et des acquis se font de façon continue via des quiz en ligne avec notation instantanée et des cas pratiques à réaliser. En fin de formation, les stagiaires restituent leurs travaux avec feedback du formateur.
- A l'issue de la formation : Nous adressons aux stagiaires un questionnaire de satisfaction à chaud et d'auto-diagnostic. Nous mesurons ainsi leur satisfaction et constatons directement l'évolution des compétences en comparaison avec les données recueillies avant la formation. Nous adressons un questionnaire d'évaluation au formateur.
- 15 jours après la fin de la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation au financeur (OPCO).
- Un mois après la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation aux différentes parties prenantes : commanditaire /manager.
- 3 mois après la formation : Nous transmettons au stagiaire un questionnaire d'évaluation à froid pour évaluer l'impact de la formation dans son activité professionnelle.

Tarif de la formation

1600.00 €HT

TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI