



FORMATION INTER-ENTREPRISES *

2 jours

Intégrer les outils Web dans sa stratégie de communication

à partir de 780 € net de taxe par participant

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Appréhender les spécificités du marketing et de la communication digitale
- Poser les bases d'une stratégie digitale efficace
- Optimiser son expérience client et augmenter son taux de transformation

PUBLIC VISÉ

Tout public

PRÉ-REQUIS

Sans niveau spécifique

AIDES AU FINANCEMENT **

Cap Emploi
Opérateurs de Compétences (OPCO)
France Travail
Entreprise

** sous conditions

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

100% Présentiel

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Mise en situation
Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Remise d'une grille d'auto-évaluation des acquis sur les compétences travaillées lors de la formation
Processus d'évaluation des acquis tout au long de la formation
Evaluation de fin de formation individuelle par le formateur

MODALITÉS D'ACCÈS

Bulletin d'inscription
Demande de devis

ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

Contactez-nous

* Toutes nos formations sont possibles en INTRA-ENTREPRISE (devis sur demande).

Retrouvez toutes les informations sur
laho-formation.fr

 N° Vert 0 805 384 384



PROGRAMME DE LA FORMATION

A l'ère du digital, toute entreprise doit intégrer les outils web dans sa stratégie pour rester compétitif, accroître sa portée, interagir avec les clients et optimiser son retour sur investissement en communication.

Pourquoi rentrer dans l'ère du marketing de contenu ?

- Maîtriser les fondamentaux du marketing et de la communication digitale
- Maîtriser les grands principes du marketing digital, dans le respect du RGPD

Tendances actuelles et évolutions

- L'inbound marketing (amont de la vente)
- Le phygital et le cross-canal
- UX et UI (expérience ressentie par l'utilisateur à chaque point de contact et Interface utilisateur : expérience visuelle, graphique et fonctionnelle)

Définir sa stratégie de production et de diffusion de contenu

- Pourquoi rentrer dans l'ère du marketing de contenu ?
- Définir ses objectifs marketing : visibilité, génération de leads, fidélisation,
- Optimiser les personas et les cibles à atteindre
- Repérer les opportunités en analysant le contenu des concurrents
- Identifier les formats de contenu populaires auprès de sa cible

Poser les bases de son plan d'actions

Notions méthodologiques d'un plan marketing digital et sa gestion de projet

- Planifier sa production
- Définir un calendrier éditorial et une fréquence de publication
- Varier les formats : articles, vidéos, infographies, guides...

Optimiser pour le SEO

- Réaliser une étude de mots-clés et les intégrer dans le contenu
- Optimiser le contenu pour le référencement naturel (SEO)

Choisir les canaux de diffusion

- Définir une stratégie de diffusion multicanal : site web, blog, réseaux sociaux...
- Utiliser des templates et outils pour gagner en productivité

Mesurer les performances

- Mettre en place des outils d'analyse pour suivre les indicateurs clés
- Comment ajuster la stratégie en fonction des résultats ?

(sous format atelier en deuxième journée)

CETTE FORMATION EST PROPOSÉE DANS NOTRE CENTRE DE :

ARRAS

Session 1 : 12 et 13 octobre 2026

