



Module de spécialisation

Média planneur, Web marketing, SEO

SANS NIVEAU SPÉCIFIQUE EN

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Elaborer une stratégie digitale
- Analyser le comportement d'utilisateur web
- Optimiser le référencement et le positionnement web

PRÉ-REQUIS

Sans niveau spécifique

PUBLIC VISÉ

Tout public

ALTERNANCE

Contrat d'apprentissage
Contrat de professionnalisation
Finançable et rémunérée
(selon critères d'éligibilité)

Rythme d'alternance :
différent selon le centre choisi

AUTRES POSSIBILITES

Statut Etudiant
VAE (*Validation des Acquis de l'Expérience*)
CPF (*Compte Personnel de Formation*)
PTP (*Projet de Transition Professionnelle*)
Pro-A (*Reconversion ou promotion par alternance*)
...

Nous contacter pour plus d'informations

MODALITÉ PÉDAGOGIQUE

Mix-learning

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluations ponctuelles en cours de formation
Evaluation finale (*jury / examen / dossier professionnel...*)

MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

MODALITÉS D'ACCÈS

Dossier d'inscription
Entretien

DÉLAI D'ACCÈS

Entrées / sorties permanentes

ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

Contactez-nous

LES + DE LA FORMATION

Des équipes pluridisciplinaires disponibles pour un accompagnement personnalisé
Des ressources et supports accessibles tout au long du parcours de formation

87,43%

DE REUSSITE AUX
EXAMENS

89,31%

DE TAUX DE SATISFACTION
LAHO FORMATION

Retrouvez toutes les informations sur
laho-formation.fr



PROGRAMME DE LA FORMATION

STRATEGIE DIGITALE DE L'ENTREPRISE (42 h)

- Analyse de cible, Audit de la concurrence, Positionnement de l'entreprise
- Identification et Adaptation des canaux de communication digitale
- Ecriture d'une stratégie digitale de l'entreprise

ELABORER UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION DIGITALE (63 h)

- Phase d'analyse et de conception
- Planification, stratégie de diffusion, budgétisation, ROI
- Organisation sur différents médias (liens hypertextes, bandeaux/bannières, jeux-concours, logos, vidéos de présentation, publi-reportages, skyscrapers, pop-ups ...)
- Suivi des KPi, mesure et évaluation de l'impact
- Optimisation et améliorations des contenus de campagne
- Communication et réseaux sociaux

OPTIMISER LE REFERENCEMENT ET LES AUDIENCES WEB (63 h)

- Identifier et déployer les techniques de création de trafic vers son site web
- Percevoir les enjeux et facteurs clés de la fidélisation on-line
- Augmenter le volume et la qualité de son trafic online
- Mesurer et améliorer le taux de conversion sur son site
- S'approprier et configurer l'interface de Google Analytics
- Identifier et suivre les KPIs prioritaires en fonction de ses enjeux

COMPLÉMENTS TECHNIQUES (49 h)

- Usage des logiciels suite Adobe (Photoshop, Adobe Express)
- Usage des CMS Prestashop, Wordpress

PROJET FIL ROUGE (63 h)

- Temps mis à disposition pour travailler en autonomie sur un projet concret

MÉTIERS ET DÉBOUCHÉS

Mediaplaner Web
Chargé de référencement
Communication digitale

POURSUITES D'ÉTUDES POSSIBLES

Chef de projet Web

