



Module de spécialisation

Média-planneur

Web marketing, SEO

SANS NIVEAU SPÉCIFIQUE EN 3 MOIS

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Elaborer une stratégie digitale

Analyser le comportement d'utilisateur web

Optimiser le référencement et le positionnement web

PUBLIC VISÉ

Demandeurs d'emploi

CONDITIONS SUPPLÉMENTAIRES

Avoir un projet professionnel défini dans le domaine visé
Disposer d'une bonne représentation du métier et de son environnement
Disposer d'une connexion Internet

PRÉ-REQUIS

Sans niveau spécifique

FINANCEMENTS POSSIBLES

CR

Rythme d'alternance :

différent selon le centre choisi

MODALITÉS D'ACCÈS

participation à une réunion d'informations collective
renseignement d'un dossier de candidature
entretien de motivation

ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

Contactez-nous

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

