



CONSTRUISEZ
VOTRE AVENIR
AVEC LE **DIGITAL**

Parcours

QUALIF EMPLOI

Expert en stratégies
Webmarketing



QUALIF Emploi

Le contexte

Ce parcours de formation est financé par la Région Bretagne, dans le cadre du dispositif **Qualif Emploi**. Il est déployé afin de former **16 demandeurs d'emplois** sur des compétences **webmarketing**, recherchées par les entreprises du territoire.

Voyelle dispose de la double compétence : **Agence conseil et Centre de formation** et met à profit à la fois son **expérience terrain** et une **approche pédagogique différenciante** vous rendant acteur de votre montée en compétence.

Chez Voyelle, nous avons à cœur de travailler sur l'humain, le collectif et la qualité de vie au travail et dans le respect de l'égalité professionnelle. Nous souhaitons accompagner les demandeurs d'emploi dans l'appropriation de leur nouveau métier en cohérence avec les **enjeux sociétaux des entreprises**.

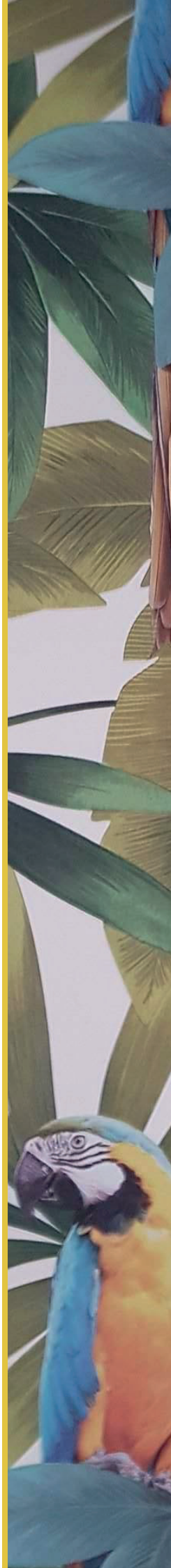


Les objectifs opérationnels du parcours

Le parcours vise la **montée en compétences** des demandeurs d'emploi dans le domaine du **marketing digital** : bonne compréhension des **enjeux des entreprises**, de la **relation client** et du pilotage de plan d'action **webmarketing**.

A l'issue de la formation les participants seront capables de :

- Diagnostiquer la situation
- Concevoir un plan d'action webmarketing en cohérence avec les enjeux stratégiques de l'entreprise
- Déployer les leviers webmarketing
- Concevoir et optimiser le plan d'action
- Analyser les résultats et déclencher les actions correctives.
- Faire de la veille métier



Le parcours

- 16 personnes
- 800h de formation et 6 semaines de stage
- 7h de formation par jour – de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h
- Le centre de formation est accessible dès 8h et jusqu'à 19h pour que vous puissiez y travailler seul ou en groupe



Modalités pédagogiques proposées

Nous proposons plusieurs modalités de formation et une pédagogie active.

- Présentiel
- Elearning
- Serious game
- Immersion en entreprise : stages, visites et témoignages.
- Projet de groupe ou en individuel pour l'expérimentation
- Classe inversée
- Intelligence collective
-

Utilisation des outils digitaux : outils collaboratifs et réseaux sociaux



Notre parcours de formation

Conception et pilotage d'une stratégie Webmarketing

- Définir les objectifs et les cibles en intégrant les enjeux commerciaux, communication et marketing de l'entreprise
- Diagnostiquer la démarche webmarketing de l'entreprise
- Formaliser le parcours client et l'enrichir de points de contact digitaux adaptés, dans une dimension omnicanale
- Choisir les leviers webmarketing adaptés aux objectifs (acquisition, notoriété, fidélisation...) et aux cibles, en fonction du parcours client et du contexte (ecommerce, B2B, B2C, Drive-to-store...)
- Définir la stratégie de contenu et les messages à véhiculer
- Estimer les ressources budgétaires et humaines disponibles afin de dimensionner la stratégie en conséquence et réaliser des projections
- Construire un plan d'action webmarketing et prioriser les actions en fonction des efforts et bénéfices
- Piloter la stratégie digitale, prescrire des ajustements et améliorations, pour gagner en performance et en productivité
- Exposer la stratégie webmarketing aux parties prenantes avec pédagogie, pour les convaincre et les embarquer

Le référencement naturel

- Définir les objectifs et les cibles relatifs
- Réaliser un audit de site afin d'évaluer la faisabilité technique de son référencement, et analyser l'indexation des différentes pages dans les moteurs de recherche.
- Recommander et prioriser les recommandations techniques issues de l'audit
- Réaliser une étude sémantique afin d'identifier les mots clés prioritaires en fonction des cibles, produits, objectifs, et de la concurrence.
- Recommander la création ou l'optimisation de contenus en fonction de la stratégie sémantique.
- Optimiser les balises des pages existantes
- Rédiger des contenus optimisés SEO
- Proposer un plan d'action netlinking.
- Mettre en place un suivi de positionnement
- Pilotage : Analyser les résultats et mettre en place les actions correctrices.

Communication avec les réseaux sociaux


- Définir les objectifs et les cibles relatifs
- Auditer l'existant
- Rédiger une ligne éditoriale en cohérence avec la stratégie de l'entreprise
- Définir et choisir les plateformes adéquates
- Établir et mettre en œuvre un planning éditorial
- Produire et publier des contenus impactants
- Choisir et créer des pages d'atterrissage
- Construire un partenariat avec influenceurs et créateurs de contenus
- Surveiller la e réputation de l'entreprise
- Gérer les interactions, modérer, animer et développer la communauté
- Piloter : Suivre et ajuster la stratégie en fonction des résultats

Emailing

- Définir les objectifs, les cibles
- Construire, segmenter, enrichir, qualifier et maintenir la base des données des contacts respectant la RGPD
- Optimiser la délivrabilité
- Rédiger une ligne éditoriale en cohérence avec la stratégie de l'entreprise et établir un planning
- Choisir l'outil adapté.
- Créer un ou plusieurs modèles d'emails.
- Produire des contenus impactants (textes, images, vidéo ...)
- Choisir et créer des pages d'atterrissage
- Mettre en place des scénarios automatisés d'envoi des emailings.
- Piloter : Suivre et ajuster la stratégie en fonction des résultats.

La publicité en ligne

- Définir les objectifs, les cibles, les budgets et établir des projections chiffrées.
- Auditer l'existant.
- Définir et choisir les leviers publicitaires pertinents, et leur allouer les budgets en cohérence à l'objectif
- Construire les audiences cibles ou choisir les mots-clés cibles
- Structurer les campagnes publicitaires.
- Rédiger les annonces et produire des contenus impactants.
- Choisir et créer des pages d'atterrissage
- Piloter : Suivre et ajuster la stratégie en fonction des résultats.

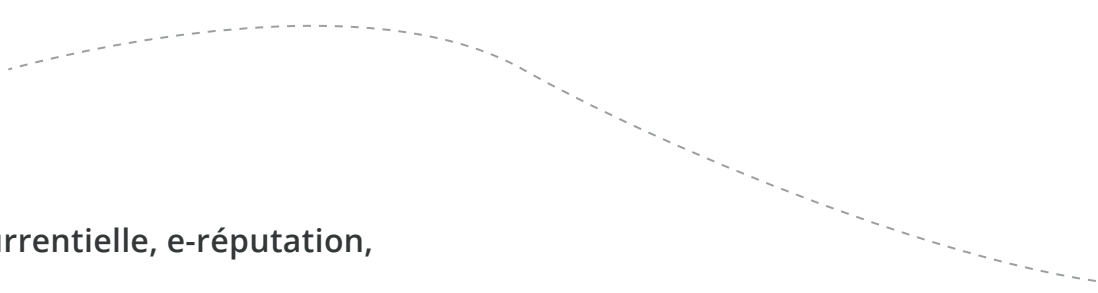


Le tracking et mise en place de mesure et de pilotage ; collecte et exploitation de la data

- Définir les objectifs et les indicateurs de mesure utiles à la stratégie de l'entreprise
- Auditer l'existant en termes de data (data existant et à créer).
- Choisir les outils de mesure adaptés.
- Définir et mettre en place un plan de marquage en conformité avec la RGPD.
- Établir les rapports et tableaux de bord de façon à les rendre exploitables pour répondre aux enjeux de l'entreprise
- Produire des analyses de données et des recommandations.

Réalisation de contenus digitaux impactants

- Construire la ligne éditoriale en déclinaison de la stratégie de communication de l'entreprise
- Utiliser les appareils smartphone, photo et/ou vidéo, pour réaliser des vidéos et des photos en adéquation avec les publications prévues.
- Créer des supports digitaux et visuels dans le respect de la charte graphique en adéquation avec les objectifs visés (ou susceptibles d'atteindre les cibles visées).
- Rédiger des contenus publicitaires ou informatifs dans le respect des règles de la communication écrite en lien avec la stratégie définie.
- Choisir et créer des pages d'atterrissage



Veille : métier, concurrentielle, e-réputation, réglementaire ...

- Définir les objectifs et une stratégie de veille.
- Choisir les sources d'information requises.
- Choisir les outils de veille et les intégrer dans son système d'information.
- Collecter et partager les informations pertinentes avec les parties prenantes et en exploiter les contenus.



Création et gestion des supports digitaux (site web, application...)

- Rédiger le cahier des charges en lien avec toutes les parties prenantes, en prenant en compte les exigences techniques et stratégiques
- Choisir le prestataire et/ou la solution technologique adaptés aux objectifs et moyens
- Piloter le projet de création du support digital
- S'assurer de la mise en œuvre des bonnes pratiques de la qualité du support
- Animer le support (articles, photos, vidéo... publication, modification et suppression)




Compétences transversales

CT1 : Gérer un projet

CT2 : RSE / QVT / Egalité pro

Conformités RSE :

- Numérique responsable
 - Communication responsable
 - Menace informationnelle, manipulation, influence, fake news, complotisme ...
 - RGPD
 - Sécurité des systèmes (saver sécurité)
 - QVT
 - EFH
 - DD
- 

Notre centre de formation

Nous mettons à votre disposition :

—
Un ordinateur pour toute la durée de votre parcours de formation (sur demande)

—
Des livres

—
Un espace pour se restaurer (Frigidaire / micro-ondes)

—
Une douche pour vos activités sportives

—
Et toute notre attention !

Qualiopi
processus certifié

■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes : ACTIONS DE FORMATION



Vous pouvez travailler en confiance avec Voyelle. L'ensemble de nos formations sont assurées par des experts qui vous proposent des formations de qualité. Ce sont les garanties offertes par cette certification OPQF, Qualiopi et le référencement Datadock.

The background features a vibrant tropical scene. In the upper left, a toucan with a large, colorful beak is perched on a branch. Below it, a macaw with bright blue, yellow, and red feathers is visible. The scene is filled with lush green foliage, including large, broad leaves and palm fronds, creating a dense jungle atmosphere.

Pour en savoir plus
et découvrir notre
parcours

*Participez à une réunion
d'information collective*

Dates et inscription sur :
www.voyelle-formation.fr

*Ou envoyez votre
candidature*

CV + lettre de motivation

formation@voyelle.fr

02 52 56 99 89

Infos pratiques ...

À 10 minutes de Rennes, Voyelle Formation se situe
au 3D rue de Paris à CESSON-SÉVIGNÉ - 35510

Accès handicapé

Site accessible aux personnes en situation de handicap

Référente handicap : Yolande Louvet 06.71.75.62.77

Venir en :

Voiture

De Paris / Le Mans : Sortie Rennes-centre, puis Z.A. des Peupliers

De Brest/StBrieuc : Direction Le Mans/Caen, sortie n°15, suivre Cesson-centre,
puis suivre ZA des Peupliers

De Nantes/Vannes/Lorient : Direction Le Mans, sortie Rennes/Beaulieu puis ZA
des Peupliers

De Saint-Malo : Direction Fougères, sortie n°15, suivre Cesson-centre, puis suivre Z.A.
des Peupliers.

Train : Halte ferroviaire SNCF à moins de 300m

TER en provenance de Rennes, Vitré, Laval, Le Mans

Bus – depuis le centre-ville de Rennes

Ligne 67 - Arrêt Peuplier à 3 min à pied de l'agence

Ligne C6 - Arrêt Sport et Nature à 8 min à pied de l'agence

