

Sessions garanties disponibles

Formation Réussir sa stratégie Webmarketing

Réf. SF34430

3 jours de formation pour maîtriser les fondamentaux du marketing digital !

3 j Durée	2 250 € HT Inter / participant	5 400 € HT Intra (≤12 pers.)	12 Sessions à venir
--------------	-----------------------------------	---------------------------------	------------------------

Objectifs pédagogiques

- ✓ Analyser la présence digitale actuelle de son organisation
- ✓ Définir une stratégie webmarketing simple pour un cas réel ou simulé lié à son activité
- ✓ Concevoir un tunnel de conversion de bout en bout, de l'acquisition à la fidélisation
- ✓ Mettre en œuvre une campagne webmarketing test
- ✓ Mesurer les performances d'actions webmarketing à l'aide d'un tableau de bord synthétique

Public visé & prérequis

Public visé Chefs de produit, Chefs de projet, Marketing, Webmasters

Prérequis Disposer des notions de base en marketing et communication (cibles, produit, positionnement, 4P...), comprendre le fonctionnement général d'un site web.

Programme détaillé

Panorama du marketing digital et audit de présence en ligne

Évolution du Web (1.0 / 2.0 / 3.0) et impacts sur le marketing
Canaux et leviers du webmarketing : site web, SEO, SEA, réseaux sociaux, e-mailing, content marketing, marketplaces
Logiques d'acquisition, conversion, fidélisation, rétention
Principes de base du modèle POEM (Paid, Owned, Earned Media)
Méthode d'audit de présence digitale : visibilité, ergonomie, contenus, conversion, réputation
Lecture de quelques benchmarks et bonnes pratiques sectorielles
Exemples de cas pratiques :
Exercice guidé : réalisation d'un mini-audit de la présence digitale de son organisation
Discussion de restitution croisée : partage des 3 forces / 3 faiblesses / 3 opportunités identifiées

Cibles, objectifs SMART et tunnel de conversion

Segmentation, ciblage, positionnement appliqués au webmarketing
Méthode de construction de personas : besoins, freins, motivations, canaux préférés
Objectifs SMART : notoriété, trafic, leads, ventes, fidélisation
Notion de parcours client omnicanal et points de contact digitaux clés
Tunnel de conversion : attirer, engager, convertir, fidéliser, recommander
Alignement messages / offres / canaux sur les étapes du tunnel
Exemples de cas pratiques :
Atelier : création de 1 à 2 personas prioritaires
Atelier : définition de 3 à 5 objectifs SMART
Exercice : schématiser un tunnel de conversion complet pour un persona

Leviers d'acquisition : SEO, SEA et visibilité en ligne

Fonctionnement des moteurs de recherche et enjeux de visibilité
SEO : mots-clés, intention de recherche, contenus, balises, structure de page, maillage interne
SEA : principes des campagnes Google Ads, notions de CPC, budget, ciblage, annonces
Complémentarité SEO/SEA et arbitrage budgétaire

Notion de page d'atterrissage (landing page) orientée conversion
Outils accessibles : planificateur de mots-clés, analyse simple de positions, benchmark de concurrents
Exemples de cas pratiques :
Recherche et sélection d'une liste de mots-clés prioritaires
Mini-cas : ébauche de campagne SEA
Analyse critique d'une landing page

Réseaux sociaux, contenu et engagement

Panorama des réseaux sociaux : usages, audiences, formats
Rôles des réseaux dans la stratégie : notoriété, trafic, engagement, social selling, recrutement
Fondamentaux du content marketing : types de contenus, formats, calendrier éditorial
Storytelling, ton de marque et cohérence multi-canal
Bonnes pratiques pour posts engageants (crochets, visuels, CTA, hashtags)
Premières notions de social ads et ciblage basique
Exemples de cas pratiques :
Construction d'un mini calendrier éditorial sur 1 mois
Rédaction et optimisation de 2 à 3 posts orientés vers un objectif précis
Optionnel : simulation de paramétrage d'une campagne social ads

E-mailing, campagnes tests et conversion

Rôle de l'e-mailing et du marketing automation
Types d'e-mails : newsletter, promotion, nurturing, onboarding, relance panier
Principes d'un e-mail efficace : objet, pré-header, structure, visuels, CTA, délivrabilité
Notion de scénario simple d'automation
Concepts de test A/B
Éléments de conformité (RGPD, consentements, désabonnement)
Exemples de cas pratiques :
Conception d'une campagne test (e-mailing ou social ads)
Rédaction d'un e-mail clé avec optimisation de l'objet et du CTA
Optionnel : simulation de paramétrage d'une campagne

KPI, tableaux de bord et plan d'action webmarketing

KPI : trafic, sources, taux de rebond, leads, conversion, panier moyen, coût d'acquisition, ROI
Lecture simplifiée de rapports analytics
Exemples de tableaux de bord opérationnels
Méthode d'analyse d'une campagne test
Priorisation des actions : impact vs effort
Formalisation d'un plan d'action webmarketing sur 3 à 6 mois
Exemples de cas pratiques :
Calcul de 5 KPI principaux et interprétation des résultats
Construction d'un mini tableau de bord webmarketing
Rédaction d'un plan d'action webmarketing priorisé sur 3 mois

Prochaines sessions

DATE	LIEU	STATUT
07/12/2026	à distance	Sur confirmation
20/04/2027	Paris	Sur confirmation
20/04/2027	Toulouse	Sur confirmation
20/04/2027	à distance	Sur confirmation
28/07/2027	Lyon	Sur confirmation
28/07/2027	Aix-en-Provence	Sur confirmation

Pourquoi choisir Sparks Formation ?

20 ans d'expertise IT, des formateurs experts et des sessions garanties contre l'annulation.

20 ans
d'expertise

1 068+
formations

11 178
apprenants formés/an

+67
Net Promoter Score

Avis des participants

4,9/5 — 7 avis

Marius D. — Camillo est un bon formateur. il est à l'écoute et a su me communiquer les informations pour avancer sur mon apprentissage de l'IA. il a su me donner...

Hortense M. — très bon programme, adapté également aux non commerciaux, merci beaucoup Hélène pour ton expertise et ton énergie :)

Votre formateur

Adrien G. — Formateur Performance Commerciale & Marketing Digital

Adrien intervient sur des formations portant sur la performance commerciale et le marketing digital. Parmi les formations qui lui sont confiées figurent notamment « Google Analytics » et « SEO...

Ils nous font confiance

Cette année notre filière Performance Commerciale & Marketing Digital a accompagné plus de 20 entreprises dont :

ADVENTIEL DEVELOPPEMENT ALTECA AUBAY COVAGE INFRA CRÉDIT AGRICOLE ASSURANCES SOLUTIONS DESTINY FRANCE PARTENAIRES EPSILON FRANCE ERCOM FORTINET GENETEC EUROPE SARL +10 autres

Financement & certifications

Cette formation est éligible aux financements OPCO et FNE-Formation. Nos équipes vous accompagnent dans le montage de votre dossier.



Réservez votre place dès maintenant

20 ans d'expertise · 1 000+ formations · NPS +67 · réponse sous 24h ouvrées

0 805 950 800

demande@sparks-formation.com