



PLAN DE FORMATION

FORMATION CHARGÉ DE WEBMARKETING

9 mois pour devenir un pro du webmarketing ! Choisissez un métier créatif, passionnant qui vous plongera au coeur de la stratégie de l'entreprise. Choisissez une formation qui vous apportera toutes les compétences nécessaires pour débiter votre nouvelle page professionnelle.

DURÉE

770 heures de cours
350 heures de période en entreprise
(Transition pro : 231 heures)

CERTIFICATION

Certificat de compétences.

MODALITÉS

30% en présentiel
70% en téléprésentiel

MÉTIERS / DÉBOUCHÉS

Chef de produits Web
Chargé de communication digitale
Community Manager

QU'ALLEZ-VOUS APPRENDRE PENDANT LA FORMATION CHARGÉ DE WEBMARKETING ?

La formation Chargé de Webmarketing vous permettra d'acquérir une vision globale et opérationnelle du webmarketing en entreprise.

Apprenez à concevoir et mener une stratégie de développement commerciale en ligne basée sur 3 grands piliers :

Acquisition : Développez la notoriété de la marque via une stratégie de communication impactante. Générer du trafic par le référencement naturel (Seo, Inbound marketing) ou payant (Google Ads), mettez en place des publicités ciblées sur les réseaux sociaux (Facebook Ads), développer des partenariats et des actions d'influences.

Conversion : Réalisez un cahier des charges de site marchand efficace (UX/UI), mettez en place les outils d'analyse permettant de mesurer vos actions et le comportement des internautes (Google Analytics, Google Data studio, etc) afin de transformer les prospects en clients.

Fidélisation : Appuyez votre communication sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.), les emailings (Newsletter, Automation) et la satisfaction client.

La formation est découpée en trois grandes séquences :

1. Apprendre à maîtriser les essentiels de la production de contenus (design graphique, vidéo, écriture, site web).
2. Appréhender les outils et les méthodes propres au webmarketing (SEO, ads, social media, analytics, storytelling, e-commerce)
3. Mobiliser toutes ces compétences autour d'un véritable projet permettant de consolider ses apprentissages dans un contexte authentique.

Complétez votre formation de Chargé de Webmarketing par une immersion en entreprise. Une expérience professionnelle qui vous permettra de mettre directement en application les acquis de la formation.

Cette formation de Chargé de Webmarketing est accessible avec un niveau Bac sans aucune expérience ou formation dans les métiers du web.

LE PROGRAMME DE LA FORMATION CHARGÉ DE WEBMARKETING

Objectifs

- 👉 Comprendre et mettre en oeuvre une stratégie marketing en ligne
 - Créer des contenus et des supports en ligne
 - S'appuyer sur la publicité en ligne
- 👉 Savoir communiquer sur les médias sociaux

Pré-requis

- La formation est accessible avec un niveau Bac sans aucune expérience ou formation dans les métiers du web.
Nous recherchons des personnes motivées avec une aisance dans les outils numériques.

Programme

Personal Branding (14 heures)

Pour cette première séquence, l'objectif est de créer et maîtriser les ficelles du concept de marque personnelle et de vous construire une identité professionnelle solide. Durant cette séquence, vous aborderez les principes de la photographie et de la prise de vue, les outils de retouche photo Adobe, Photoshop et Lightroom, et ferez une plongée dans les arcanes de LinkedIn, pour être fin prêt à trouver le stage de vos rêves.

Les attendus de cette séquence : Disposer d'un CV et d'un profil LinkedIn opérationnels pour débiter votre recherche de stage.

Réseaux Sociaux / Stratégie et Gestion des contenus (105 heures)

En travaillant sur la stratégie de l'entreprise partenaire, vous découvrirez les algorithmes qui régissent les principales plateformes, ainsi que les cibles et les codes propres à chaque réseau social. Vous apprendrez à déployer une stratégie de communication pour les réseaux sociaux avec notamment un focus sur la création de persona, le planning éditorial, la rédaction de contenus visuels et rédactionnels percutants et pertinents parfaitement adaptés aux réseaux sociaux.

Vous ferez un détour par le reste des outils Adobe, Illustrator et InDesign, mais aussi Canva, pour avoir une vision globale des outils graphiques à votre disposition.

Vous aurez 3 semaines pour comprendre comment appliquer votre stratégie marketing sur les communautés en ligne et l'influence.

Les attendus de cette séquence : Rédiger une stratégie RS pertinente autour des objectifs de l'entreprise.

Site Web / Rédaction Web et SEO (154 heures)

Le site web est le pivot du tunnel de vente et un levier important de votre stratégie.

Du maquettage à la mise en ligne, ce module de 3 semaines va vous permettre de maîtriser la conception et la maintenance d'un site web complet. Nous en profiterons pour voir plusieurs outils dont le célèbre WordPress, Adobe XD et Figma pour le maquettage et nous ferons un petit tour par le no-code via d'autres

CMS comme Shopify ou Webflow. Vous referez un détour par les outils Adobe, afin de créer ou retravailler les éléments graphiques de votre site.

En vous basant sur les attentes de l'entreprise partenaire, vous apprendrez les fondamentaux du SEO et donc les liens avec l'éditorial. Comment écrire des contenus pertinents en prenant en compte les besoins de référencement de votre projet ? C'est toute la question à laquelle nous répondrons pendant cette séquence.

Qui dit référencement dit contenu rédactionnel. Et comme un.e chargé.e de webmarketing se doit maîtriser l'écrit, cette séquence abordera les concepts de ligne éditoriale, de style narratif, de storytelling, ainsi que les relations presse.

Les attendus de cette séquence : Créer le squelette fonctionnel d'un site web vitrine et/ou d'un blog, ainsi qu'une stratégie de référencement adaptée.

Growth Marketing / Reporting / Capsule Vidéo (231 ou 161 heures)

La principale mission d'un Chargé Webmarketing est de mettre en œuvre des campagnes promotionnelles ou publicitaires sur le web. Lors de cette dernière étape, vous apprendrez à mettre en place des campagnes ciblées sur plusieurs réseaux sociaux, avec un focus particulier sur Google Ads et Meta for Business. Objectif : créer du trafic !

Et la publicité n'est rien sans un visuel impactant : Votre objectif sera de maîtriser les outils de captation et de montage vidéo (Adobe première). Mais ce n'est pas tout, car pour produire une vidéo de niveau professionnel, il faut aussi maîtriser les codes et les styles narratifs propres à ce média.

Une fois ces jalons posés, place au Growth marketing (parfois nommé Growth hacking). Vous allez apprendre à mettre en œuvre des stratégies cross canal d'acquisition, des scénarios d'automatisation marketing, de retargeting et toutes les techniques utiles à une croissance rapide d'un projet digital. Un focus particulier sera fait sur l'apprentissage de l'usage d'une landing page, des rouages d'un emailing ou d'une newsletter réussie avec un outil comme Sendinblue.

Mettre en place des actions, faire des campagnes et de la publicité en ligne, c'est bien. Mais savoir et montrer leur efficacité c'est mieux ! Durant cette séquence, apprenez à maîtriser les codes et les techniques permettant de réaliser du reporting stratégique en vous appuyant notamment sur les plateformes Google Analytics et Matomo.

Cette séquence sera également l'occasion de comprendre les enjeux légaux des RGPD et l'importance de mettre en place une veille tant stratégique que sur sa e-réputation.

Les attendus de cette séquence : Créer une campagne publicitaire comportant des ad sets ciblés et une vidéo promotionnelle, une landing page/newsletter et un scénario d'automation marketing.

Capsule vidéo (70 heures)

La communication n'est rien sans un visuel impactant.

Votre objectif durant cette capsule sera de maîtriser les outils de captation et de montage vidéo (Adobe première) mais également les codes et les styles narratifs propres à ce média.

Storyboard, choix des décors, accessoires, prise de vue et montage vidéo, vous aurez 10 jours pour créer votre vidéo et démontrer vos talents de réalisateur.

Les attendus de cette séquence : Réaliser un spot publicitaire ou un contenu vidéo de quelques secondes à quelques minutes adapté aux plateformes de diffusions visées.

Projet licorne (140 heures)

On passe en mode Autonomie : Vous avez 4 semaines pour monter le projet de votre choix. Divisés en groupes de 2, vous reprendrez tous les enseignements des dernières semaines pour l'appliquer à votre projet d'entreprise. Projet fictif ou projet futur, c'est vous qui choisissez.

On commence un peu avant, en phase #3, pour brainstormer sur son projet de formation. Au menu exploration, recherches et Design Thinking. L'objectif est de commencer à se projeter dans une approche stratégique dans le cadre d'un projet concret. Évidemment ce sera l'occasion de faire le point et de pratiquer quelques outils collaboratifs : Asana, Trello, GSuite.

A l'issue de la phase #3 et en reprenant votre projet issu de la phase de brainstorming, vous aurez toutes les cartes en main pour passer à l'étape concrète de la gestion de projet. Vous aurez deux semaines pour apprendre à mettre au point puis formaliser dans un cahier des charges une véritable stratégie webmarketing. Au programme : étude de marché, benchmark concurrentiel, SWOT et Business Model Canvas.

Après avoir établi la stratégie les deux semaines précédentes, quoi de mieux que de passer à la pratique et de re-mobiliser toutes les compétences techniques vues auparavant ? Les derniers jours de ce projet seront consacrés à la mise en œuvre de votre projet. A ce stade, nos formateurs deviennent des coachs et seront toujours là pour vous accompagner dans cette séquence finale.

Les attendus de cette séquence : Etablissement d'une stratégie webmarketing globale reprenant tous les points abordés lors de la formation. Cette séquence sera clôturée par une présentation de chacun des projets devant jury et devant vos pairs.

Certification (63 heures)

A l'issue de votre stage, dernière ligne droite, vous entrez en période d'examen. Cette période est divisée en trois parties, comme suit :

Rapport d'activité – 7 jours – 49 heures

Fort de votre projet Licorne et de votre stage, vous aurez une semaine pour finaliser votre rapport qui portera sur vos expériences. Guidé par un référentiel reprenant les compétences acquises au cours de la formation et renforcées par votre période de stage, vous reviendrez sur vos missions et/ou votre projet en apportant un éclairage approfondi et votre vision personnelle des éléments demandés.

Ce rapport individuel servira de support à l'oral qui interviendra quelques jours plus tard.

Etude de cas – 2 jours – 14 heures

Durant deux jours, vous vous mettez dans la peau d'un chargé de marketing junior. Vous aurez pour mission de mener une étude de marché concurrentielle et de déployer toutes vos connaissances pour proposer un plan de communication pertinent et efficace.

Les examens vous stressent ? Pas de panique, un examen blanc vous sera proposé juste avant votre entrée en stage, histoire de vous familiariser avec les attendus de l'exercice.

Grand oral

D'une durée de 40 minutes, ce grand oral sera la dernière pierre à l'édifice. Vous aurez 20 minutes pour revenir sur une mission ou une compétence qui aura plus particulièrement été mise à profit. Puis le jury, composé de professionnels, aura 20 minutes pour vous poser ses questions, qui pourront porter sur votre présentation ou sur votre rapport d'activité.

Accompagnement emploi (14 heures)

Ce module d'accompagnement se décompose en plusieurs apports. Tout d'abord vous aurez le soutien de notre coach emploi pour vous accompagner individuellement dans vos démarches. Et ensuite, de nombreux apports ont lieu durant la formation comme une journée de formation dédiée à l'optimisation de votre page LinkedIn personnelle, ainsi que tous les éléments qui vous permettront d'agir sur votre marque personnelle (personal branding). Ce qui implique des apports sur la façon d'exister sur les réseaux sociaux, ou encore la meilleure manière d'aborder des entreprises et d'engager la discussion.

Titre professionnel

Pas d'info,

Organisation

Notre équipe

Un formateur référent, des experts métiers (internes ou externes) et des fonctions supports disponibles sur demande.

- Tout au long du parcours, nos apprenants sont suivis par un **formateur référent**.
- L'équipe du CEFIM fait appel à des **professionnels expérimentés** qui ont une expérience du métier en entreprise
- **Notre service emploi** vient en appuie sur des séquences planifiées tout au long de la formation dans le cadre d'atelier dirigés sur des besoins identifiés en amont.
Le service emploi intervient aussi sur demande des apprenants pour un accompagnement précis et individualisé.
- **Le pôle administratif** est à disposition des apprenants pour encadrer le bon déroulement de la formation
- **le pôle développement** met en relation tout au long de la formation et plus précisément lors d'un job dating les apprenants avec des entreprises recruteuses

L'ensemble de ces acteurs sont mobilisables par messagerie instantanée pour répondre et accompagner les apprenants tout au long de leur parcours.

Moyens pédagogiques et techniques

Équipements pédagogiques

En présentiel

- un ordinateur portable récent fourni à chaque étudiant avec le pack de base des logiciels nécessaires à la formation (l'ordinateur est prêté à l'étudiant du début à la fin, il peut l'utiliser à son domicile également)
- Un vidéoprojecteur fixe HD ou un écran TV grand format installé dans chaque salle de formation
- Une connexion internet très haut débit dans toutes les salles de formation

En distanciel

- accès à une plateforme de visioconférence de haute qualité 24h/24h (Zoom)

Pour les deux

- accès à notre plateforme de messagerie instantanée tout au long de la formation pour interpeller les différents acteurs et encourager les échanges dans les groupes

Moyens pédagogiques

- travaux dirigés après chaque phase de cours : explications et démonstrations par le formateur et exécutés ensuite par les stagiaires
- travaux pratiques pour que le stagiaire apprenne à appliquer seul ce qu'il a appris et cherche par lui-même.
- nos équipes privilégient les séquences de formation qui permettent aussi de mobiliser des compétences transversales au cours de l'apprentissage, à titre d'exemple :
 - travail de groupe (projet)
 - pair programming
 - wrap up (revue par les pairs)
 - les présentations orales
 - des activités réflexives sur ses apprentissages

Supports pédagogiques

- Le LMS de l'école est accessible du début jusqu'à la fin de la formation et même encore après la formation : <https://campus.cefim.eu>
- toutes les ressources présentées pendant les cours sont accessibles sur cette plateforme, de même que les liens vers toutes les ressources pertinentes vues ou exploitées au cours de la formation

Dispositif de suivi de l'exécution et de d'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Bilans hebdomadaires
- Formulaire d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation