

Le citron rose

Coralie Roix

62 boulevard auguste blanqui

94500 Champigny sur Marne

Email : coralie.roix@gmail.com

Tél : 06 88 71 29 83



Développer son activité avec le webmarketing

Le stagiaire de formation aura mis en place un écosystème de marketing digital efficace et saura attirer naturellement des clients grâce à sa stratégie.

Durée : 39 heures (réparties sur 3 mois)

Temps à consacrer : Je conseille de consacrer 5h/sem pendant 3 mois à la formation, entre les exercices et le visionnage des vidéos.

Tarif : 1790€ ht - l'organisme de formation atteste être exonéré de TVA en application de l'article 261-4-4° du Code général des Impôts.

Profils des stagiaires

- Débutants, intermédiaires et avancés en webmarketing
- Salariés dans des entreprises de produits physiques
- Entrepreneurs de la prestation de service
- Entreprises de services et produits physiques

Prérequis

- Une première expérience professionnelle est appréciée, ainsi qu'une connaissance de l'outil Internet
- Justifier d'un projet de déploiement d'une stratégie webmarketing pour son entreprise et disposer d'une appétence aux outils numériques.
- Avoir un numéro de SIRET ou être salarié d'une entreprise avec numéro de SIRET

Public cible

La formation et la certification s'adressent aux dirigeants de TPE, PME et à leurs collaborateurs directs qui souhaitent intégrer à leur organisation une stratégie webmarketing en vue de développer leur activité.

Objectifs pédagogiques

- Mettre en place une stratégie webmarketing
- Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing
- Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing
- Maîtriser les différents leviers de communication pour trouver son audience et la convertir en clients

Le citron rose

Coralie Roix

62 boulevard auguste blanqui

94500 Champigny sur Marne

Email : coralie.roix@gmail.com

Tél : 06 88 71 29 83



Contenu de la formation

Module 1 (C1) : Définir les objectifs webmarketing (3h : 1h de vidéos et 2h d'exercices)

- Les données clés sur le webmarketing
- Définir les caractéristiques de sa cible
- Définir ses offres
- Affiner son positionnement et se démarquer
- Mettre en avant son positionnement dans son écosystème : site et réseaux sociaux
- Avoir une identité visuelle attractive et cohérente
- Avoir un site qui inspire confiance et convertit
- Modèle d'une offre attractive (marketing et présentation)
- Comment fixer des objectifs SMART ?

> Mise en pratique

> Visios individuelles (de 30min) sur 3 axes par la formatrice : client idéal et positionnement, offres et pricing, marketing = 1h30 en one to one

Module 2 (C2) : Concevoir la stratégie webmarketing (4h30 : 1h30 de vidéos et 3h d'exercices)

- Définir son tunnel d'acquisition : avantages et inconvénients des principaux leviers
- Connaître le parcours d'achat de ses clients
- Choisir les bons canaux en fonction de son contexte : social media, emailing, SEO et SEA
- Mettre en place un budget pour sa stratégie webmarketing
- Les 6 piliers de la vente
- Les sources à suivre pour la veille marketing
- Organiser sa création de contenus : calendrier éditorial et promotion des contenus

> Mise en pratique

Module 3 (C3) : Elaborer le plan d'action webmarketing (4h30 : 1h30 de vidéos et 3h d'exercices)

- L'accessibilité dans les contenus web
- Les actions à prévoir sur chaque levier : créer une stratégie de contenu efficace
- Introduction à l'email marketing
- Introduction à Google ads
- Établir son plan marketing d'après ses objectifs SMART et prioriser les actions

> Live : préparer 2027 avec ses 3 objectifs SMART

Module 4 (C4) : Mettre en oeuvre le référencement naturel du site (12h : 2h50 de vidéos et 9h10 d'exercices)

- Optimiser la partie blog de son site
- L'intérêt du blog pour son business
- Avoir plus de visibilité sur ses articles : SEO, Pinterest, newsletter et réseaux sociaux
- Tour d'horizon des différents moteurs de recherche : Google, Pinterest, Youtube
- Les 4 piliers du SEO Google + les sources à suivre pour la veille
- Zoom sur le pilier "contenu" de Google
- Installer Google analytics 4, la search console et indexer son sitemap
- Choisir les bons mots clés

Le citron rose

Coralie Roix

62 boulevard auguste blanqui

94500 Champigny sur Marne

Email : coralie.roix@gmail.com

Tél : 06 88 71 29 83



- Mettre en place un calendrier de contenus, une stratégie de maillage interne et de backlinks
- Optimiser le SEO d'un contenu
- Mettre en forme un contenu et l'indexer plus rapidement
- Optimiser le SEO de ses anciens contenus
- Quelles statistiques SEO regarder ?

> Live 1 : workshop recherche de mots clés + audit élèves mots clés choisis pendant le live

> Live 2 : optimisation SEO d'un article et d'une page commerciale en live

> Mise en pratique

Module 5 (C5) : Mettre en oeuvre la communication sur les réseaux sociaux (13h30 : 6h40 de vidéos et 6h50 d'exercices)

- Introduction au web social : données clés, réseaux sociaux grand public vs professionnels
- Les étapes d'une stratégie social média : quelle stratégie appliquer sur chaque réseau social ?
- Choisir les bons réseaux sociaux en fonction de sa cible
- Mettre en place le suivi de ses actions et statistiques sur : LinkedIn, X, Facebook
- Marketing d'influence - introduction, mise en place et mesure des retombées
- Quelle stratégie appliquer sur Instagram ?
- Optimiser son compte Instagram et mettre en avant ses offres
- 4 formats de posts : les spécificités à connaître (Reels, carrousels, posts simples, infographies)
- 4 types de posts pour attirer et convertir son audience en clients
- Trouver des idées de contenus
- Optimiser la structure d'un post Insta
- Capter l'attention de l'audience
- Astuces pour plus d'engagement et de visibilité
- Astuces d'organisation pour gagner du temps
- Mettre en place le suivi de ses actions et statistiques sur Instagram
- Quelle stratégie appliquer en stories ?
- Optimiser la structure d'une story
- Mettre en place des stories à la une stratégiques
- Astuces pour plus d'engagement et de visibilité
- 4 types de stories pour attirer et convertir son audience en clients
- Créer des stories en accord avec son identité visuelle
- Les stickers pour sonder son audience et la convertir en clients
- Astuces d'organisation pour gagner du temps
- Mettre en place le suivi de ses actions et statistiques en stories

> Live : analyse de ma stratégie Insta (quels objectifs)

> Audit individuel du compte Instagram par la formatrice et audit de la stratégie Instagram (posts et stories)

> Mise en pratique

Module 6 (C6) : Piloter les résultats de sa stratégie webmarketing (1h30 : 30min de vidéos et 1h d'exercices)

- Elaborer le suivi de l'audience et les résultats de l'intégralité de l'écosystème média
- Mettre en place un tableau de suivi des actions webmarketing (KPIs)
- Comparer les résultats obtenus (objectifs SMART) en fonction des ressources mobilisées

> Mise en pratique

Le citron rose

Coralie Roix

62 boulevard auguste blanqui

94500 Champigny sur Marne

Email : coralie.roix@gmail.com

Tél : 06 88 71 29 83



Organisation de la formation

Équipe pédagogique : Coralie Roix, formatrice indépendante en marketing

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires sur une plateforme e-learning dédiée
- Documents de formation projetés (vidéos PowerPoint avec voix off)
- Exposés théoriques
- Études de cas et exemples
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la fin de chaque module de formation (résumé PDF)
- Réunions vidéos en live d'1h avec les stagiaires de façon mensuelle pendant 3 mois (lives sur les thématiques concernées, réponse aux questions) et accès au replay pour les personnes indisponibles
- Challenges et interactions sur le groupe Slack dédié

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

- Suivi des connexions et de la progression des stagiaires
- Audits du travail des stagiaires de façon individuelle
- Exercices à faire à la fin de chaque module (cahier d'exercices à remplir en ligne ou à imprimer)
- Quizz à la fin de chaque module
- Envoi d'e-mails mensuels avec conseils annexes après les 3 mois de formation
- Réponse aux questions des élèves (par mail et sur le groupe Slack)
- Évaluation à la fin des 3 mois (questionnaire d'évaluation Google form) - pour connaître la satisfaction, les points bloquants/questions restantes
- Remise d'une attestation de fin de formation (certificat de réalisation) avec les différents résultats aux évaluations

Évaluation certificative : mise en situation professionnelle portant sur un projet de développement d'activité avec le webmarketing avec soutenance orale et remise d'un rapport. Le candidat a 15 jours de préparation avant la remise de ses écrits. L'écrit est ensuite suivi d'une présentation orale de 20 minutes devant un jury.

À l'issue de la formation, le stagiaire s'engage à passer l'examen de certification

« DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ AVEC LE WEBMARKETING »

Certification enregistrée au Répertoire spécifique de France compétences le **28 février 2025**
sous le numéro RS7076. [Lien vers la page de Webmarketing & co'm](#)

Les contenus de la formation sont disponibles en e-learning, cela permet de la suivre depuis tout support connecté à Internet. Si vous avez des besoins particuliers en termes d'accessibilité, le mieux est d'en discuter pour vérifier que la formation est adaptée, ou le cas échéant, mettre en place les aménagements nécessaires si possible. Dans ce cas, n'hésitez pas à m'envoyer un mail sur hello@lecitronrose.fr.

Date de création : 01.06.2021

Dernière mise à jour : 09.10.2026

Version 18