



PROGRAMME DE FORMATION CERTIFIANTE · RS7076

Développer son activité avec le webmarketing

Concevoir, mettre en œuvre et piloter une stratégie webmarketing globale (SEO, emailing, publicité en ligne, réseaux sociaux, contenus) pour développer visibilité, acquisition et fidélisation clients.

Prix inter : 1 650 € · **Formacode :** 34093 — Marketing digital · **Mise à jour :** 12/01/2026

35 h

de formation
parcours certifiant

28 h

d'e-learning
accès en ligne 24h/24

7 h

en synchrone
accompagnement
visio

RS7076

Certification
France Compétences



BRIO LEARNING

11 All. du Président Chirac, Bât Métamorphose, 49000
Angers

Tél. : 01.88.31.17.07 · Mail : brio.learning.49@gmail.com ·
www.briolearning.fr · RCS Angers 991 917220



— Objectifs de la formation

OBJECTIF GÉNÉRAL

À l'issue de la formation, le participant sera capable de concevoir, mettre en œuvre et piloter une stratégie webmarketing globale, adaptée à son entreprise, en mobilisant les leviers du marketing digital (SEO, emailing, publicité en ligne, réseaux sociaux, contenus), afin de développer la visibilité, l'acquisition et la fidélisation clients dans une logique de performance mesurable et durable.



La formation vise à permettre au participant de :

- ☐ Mettre en place une stratégie webmarketing
- ☐ Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing
- ☐ Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing

— Compétences visées

C1

Définir les objectifs webmarketing de l'entreprise, par rapport aux résultats souhaités (développement de la notoriété, acquisition clients, fidélisation...) et à son positionnement sur le marché (typologie de sa cible de clientèle, positionnement de son offre...), afin de choisir les actions de webmarketing les plus adaptées.

C2

Concevoir la stratégie webmarketing de l'entreprise, en prenant en compte son marché, son budget, les besoins spécifiques de sa cible et les canaux de communication pouvant être mobilisés (réseaux sociaux de l'entreprise, site Internet, blog, email, etc.), afin d'assurer une cohérence entre les différentes actions à mettre en place.

C3

Élaborer le plan d'action webmarketing, en listant, planifiant et affectant les différentes actions à engager (optimisation du site web, mise en place d'actions SEO/SEA, diffusion de contenus avec une accessibilité possible aux personnes en situation de handicap, animation de communautés sur les réseaux sociaux, campagnes d'emailing, campagnes d'influence marketing...), afin d'engager sa mise en œuvre.

C4

Mettre en œuvre le référencement naturel du site, en y intégrant les différentes actions à mener (audit sémantique, optimisation éditoriale, optimisation des pages du site), afin d'augmenter la visibilité dans les moteurs de recherche.

C5

Mettre en œuvre la communication sur les réseaux sociaux en y intégrant les différentes actions à mener (création de contenus, animation des profils sociaux, interactions avec les abonnés) et en exploitant les différentes fonctionnalités (stories, réels, lives...), afin de développer la visibilité de l'entreprise.

C6

Élaborer un dispositif de pilotage permettant, à partir d'indicateurs de performance, de mettre en correspondance les ressources mobilisées (humaines, technologiques, financières...) avec les résultats obtenus (taux de transformation, acquisition de prospects, abonnés, clients...), afin d'identifier les écarts éventuels par rapport aux objectifs fixés et y apporter des solutions correctives.

— Public, prérequis & certification



Public visé

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.



Prérequis

Le candidat doit obligatoirement :

- Justifier d'un projet de déploiement d'une stratégie webmarketing pour son entreprise
- Disposer d'une appétence aux outils numériques



Résultats attendus

À l'issue de la certification, le candidat doit être capable de concevoir et de déployer une stratégie webmarketing opérationnelle, alignée avec les objectifs de développement de son organisation. Il saura définir des objectifs webmarketing cohérents, mobiliser les leviers du marketing digital adaptés (référencement naturel, emailing, publicité en ligne, réseaux sociaux), élaborer et mettre en œuvre un plan d'actions structuré, analyser les performances des actions menées à l'aide d'indicateurs et d'outils de suivi, et proposer des actions d'optimisation dans une logique d'amélioration continue.



Certification

Cette formation vous prépare à la certification « Développer son activité avec le webmarketing », enregistrée à France Compétences sous le numéro **RS7076** par l'organisme certificateur Webmarketing & co'm. À l'issue de la formation, le stagiaire s'engage à passer l'examen préparant à la certification.

— Contenu détaillé par compétence

AVANT LA FORMATION

Test de positionnement — pour adapter, le cas échéant, la formation aux besoins et au niveau de l'apprenant.

C1

COMPÉTENCE C1

Définir les objectifs webmarketing de l'entreprise

2 h

- ☐ Données clés sur le webmarketing
- ☐ Se fixer des objectifs SMART
- ☐ Définir les caractéristiques de sa cible webmarketing

CAS PRATIQUE Préciser son positionnement, sa cible et définir ses objectifs SMART.

C2

COMPÉTENCE C2

Concevoir la stratégie webmarketing de l'entreprise

2 h

- ☐ Les principaux leviers d'acquisition : avantages et inconvénients
- ☐ Mettre en place un budget pour sa stratégie webmarketing
- ☐ Choisir les leviers en fonction de son contexte (marché, cible, budget)

CAS PRATIQUE Concevoir les grandes lignes de sa stratégie webmarketing et y associer un budget.

C3

COMPÉTENCE C3

Élaborer le plan d'action webmarketing

5 h

- ☐ Les actions à prévoir par levier digital
- ☐ Tenir compte de l'adaptabilité des leviers aux potentiels visiteurs en situation de handicap
- ☐ Introduction à l'email marketing
- ☐ Introduction à Google Ads

CAS PRATIQUE Décliner la stratégie webmarketing en plan d'action, y associer un planning et intégrer des fonctionnalités permettant l'accessibilité des contenus aux personnes en situation de handicap.

C4**COMPÉTENCE C4****Mettre en œuvre le référencement naturel du site****12 h**

- ☐ Introduction au référencement
- ☐ L'audit sémantique
- ☐ Les facteurs clés de l'optimisation technique
- ☐ La soumission et le suivi de l'indexation d'un site
- ☐ L'optimisation éditoriale
- ☐ Mettre en place une stratégie de netlinking
- ☐ Mettre en place le suivi de son référencement

CAS PRATIQUE Proposer un plan d'action dédié au référencement naturel.**C5****COMPÉTENCE C5****Mettre en œuvre la communication sur les réseaux sociaux****12 h**

- ☐ Introduction au web social
- ☐ Les grandes étapes d'une stratégie social média
- ☐ Sélectionner les réseaux sociaux en fonction de sa cible
- ☐ Les réseaux sociaux grand public
- ☐ Les réseaux sociaux professionnels
- ☐ Mettre en place le suivi de ses actions sur les réseaux sociaux
- ☐ Communiquer avec les influenceurs

CAS PRATIQUE Proposer un plan d'action dédié aux réseaux sociaux.**C6****COMPÉTENCE C6****Élaborer un dispositif de pilotage****2 h**

- ☐ Le suivi de l'audience et des résultats
- ☐ Mettre en place des tableaux de bord de suivi de ses actions webmarketing
- ☐ Mettre en correspondance les ressources mobilisées et les résultats obtenus

CAS PRATIQUE Mettre en place des indicateurs de performance.

— Modalités de déroulement

La formation est organisée en format mixte :



E-learning asynchrone – 28 h

Le participant accède à une plateforme e-learning et avance en autonomie, à son rythme. Le parcours propose des contenus progressifs et des activités pratiques permettant de travailler l'ensemble des compétences.



Accompagnement synchrone – 7 h

Un formateur accompagne le participant en visioconférence pour lever les blocages, guider les cas pratiques, sécuriser la production des livrables attendus et préparer la présentation orale de la mise en situation professionnelle prévue dans l'évaluation.



Points forts

- Test de positionnement en amont du parcours
- Accompagnement individualisé tout au long de la formation
- Feedbacks personnalisés sur les productions
- Traçabilité pédagogique et suivi des réalisations



Modalités pédagogiques

- Apports structurés et démonstrations guidées
- Exercices pratiques appliqués au projet du participant
- Mises en situation professionnelles
- Analyse et optimisation de comptes réels
- Production de livrables exploitables pour l'évaluation

SUPPORTS FOURNIS

- Guides pratiques et ressources numériques
- Modèles de documents et templates éditoriaux
- Outils et checklists opérationnelles

— Déroulé du parcours & évaluation



Suite et parcours

À l'issue de l'inscription, l'apprenant intègre un parcours structuré comprenant des étapes obligatoires et une progression guidée. Le parcours de formation se déroule ensuite en e-learning tutoré, organisé en modules progressifs, intégrant des activités d'entraînement (quiz) et des mises en pratique permettant de produire les livrables attendus pour l'évaluation.

En fin de parcours, 1h30 d'accompagnement sont consacrées à la préparation de l'examen. Les stagiaires sont invités ensuite à passer la certification : ils disposent alors d'un délai de 15 jours pour rendre leur rendu écrit. Le rendu de l'écrit est suivi d'un oral de présentation d'une durée de 25 minutes avec le jury d'évaluation, sur l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie webmarketing appliquée à son activité.

L'examen est obligatoire pour tous les apprenants et est organisé dans un délai maximum de 2 mois après la formation. En cas de situation de handicap, vous pouvez nous contacter afin que nous puissions adapter les modalités techniques et pédagogiques.



Modalités d'évaluation et de certification

Type d'évaluation : mise en situation professionnelle donnant lieu à une présentation orale devant jury, conformément au référentiel RS7076.

Processus de candidature : afin de s'inscrire à la certification, le candidat devra transmettre son dossier de candidature accompagné d'un CV à jour. Le taux de réussite à l'examen des candidats ayant préparé la certification « Développer son activité avec le webmarketing » est accessible sur la page d'information du site du certificateur Webmarketing & co'm.

Adaptation des conditions d'examen pour les personnes en situation de handicap : le référent handicap prendra en compte, dès l'inscription du candidat, sa situation de handicap si celle-ci est mentionnée. Il sera alors proposé au candidat un entretien afin d'envisager avec lui les aménagements qui pourront être apportés.

— Modalités d'accès & financement



Modalités et délais d'accès

- Les formations ont lieu à des dates précises, définies par Brio Academy (ou organisées sur-mesure en lien direct avec l'entreprise ou les apprenants) et consultables sur le site www.brio-academy.com
- L'inscription peut être faite directement en contactant Brio Academy (par téléphone au 01.88.31.17.07 ou par mail administration@brio-academy.com). La formation étant éligible au Compte Personnel de Formation (CPF), l'inscription peut également être effectuée sur www.moncompteformation.gouv.fr
- Un devis peut être envoyé par nos soins au financeur de la formation (France Travail, employeur, autofinancement, OPCO, Agefice...)

— Accessibilité & handicap



Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les formations sont réalisées en visioconférence et synchrones. Les personnes en situation de handicap peuvent donc adapter leur accès à la formation de façon plus confortable.

Dans le cas où une personne sourde ou malentendante et non appareillée souhaiterait faire la formation, nous sommes en mesure de lui prévoir un accompagnement signé (en accord avec les dispositifs de l'Agefiph), ainsi que la fourniture de tous nos supports de cours par écrit, en amont de la formation.

Dans le cas où une personne aveugle ou malvoyante souhaiterait faire la formation, si cela paraît pertinent au regard de ses perspectives professionnelles, elle pourra la suivre en bénéficiant de l'audio (formation synchrone en visio), ainsi que de la fourniture de tous nos supports de cours par écrit, en amont de la formation.

Nous mettrons en œuvre les dispositions nécessaires au bon déroulement de la formation pour toute personne en situation de handicap, au regard de ce handicap et des aménagements qu'il nécessite, dans la mesure où ces aménagements sont compatibles avec une formation à distance. Aucune session en présentiel n'est prévue à ce jour.

CONTACT

Coordonnées du référent handicap

Madame Peggy MAJRI · administration@brio-academy.com · 01.88.31.17.07



BRIO LEARNING

11 All. du Président Chirac, Bât Métamorphose, 49000
Angers

Tél. : 01.88.31.17.07 · Mail : brilo.learning.49@gmail.com ·
www.briolearning.fr · RCS Angers 991 917220

