

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

MODULA FORMATION
Emilie CRAVEA
05.56.44.58.68
contact@modula-formation.com

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Inscription directe ou par un conseiller en insertion professionnelle

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

Si vous e?tes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Prérequis pédagogiques :

Pratique courante de l'outil informatique et d'internet, une expérience dans la gestion d'un site web est un plus.

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

Développer le trafic vers son site, améliorer les taux de conversion et de fidélisation. Suivre ses campagnes par les bons indicateurs de performance (KPI).

Contenu et modalités d'organisation

Identifier tous les canaux d'acquisition sur le web 3.0 • Le paysage technologique en évolution : web, mobile, tablettes, IoT. • Connectivité et géolocalisation : à tout moment, en tout lieu et sur tout support. • Panorama des canaux d'acquisition : atouts et limites de chacun Définir ses cibles et ses partenaires • Définir ses cibles clients : les personas. • Formaliser sa proposition de valeur : le business model canevas. • Identifier les partenaires clés. • Déterminer les canaux à privilégier pour l'acquisition. Générer du trafic sur le web • Focus RGPD : gestion du consentement. • Améliorer son référencement naturel : les apports de Chat-GPT. • Préparer une campagne Adwords. • Les partenaires et l'affiliation. • Les leviers promotionnels, le display (native ads, programmatique). • Focus newsletter et scénarii de marketing automation. Augmenter le taux de conversion des internautes • Identifier les règles d'or de l'ergonomie web. • S'appuyer sur le FOMO (fear of missing out). • Techniques pour éviter l'abandon de panier. • Up sell / cross sell. Utiliser les leviers pour fidéliser • Définir des objectifs et identifier ses communautés. • Exemples sur Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube pour fidéliser et engager. • Mesure de la fidélisation à chaque étape du parcours client sur le web et le mobile.

Parcours de formation personnalisable ?

Oui

Type de parcours

Mixte


Validation(s) Visée(s)

> Attestation de fin de formation

Et après ?

Suite de parcours

Non renseigné

Calendrier des sessions						
Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00579401	du 01/01/2025 au 31/12/2025	La Rochelle (17)	MODULA FORMATION		Non éligible	
00669879	du 01/01/2026 au 31/12/2027	Bruges (33)	MODULA FORMATION		Non éligible	