

Acquisition digitale et conversion trafic web

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 canvas. • 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 scénario 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		FPC
00669879	du 01/01/2026 au 31/12/2027	Bruges (33)	MODULA FORMATION	Non éligible		FPC