

# US174R - Comment faire du WEB un outil de valorisation de mon produit, de mon service, de mon entreprise

## Présentation

### Prérequis

Auditeur du Titre à finalité professionnelle « entrepreneur de petite entreprise » engagé dans un projet entrepreneurial de développement d'activité, de création ou de reprise d'entreprise.

### Objectifs pédagogiques

- Comprendre le vocabulaire et les usages en cours du Web
- Adapter sa stratégie marketing au Web
- Identifier et évaluer les impacts de cet usage dans l'organisation et auprès des clients
- Définir et animer son site internet
- Développer sa présence en ligne
- Utiliser les réseaux sociaux
- Définir un plan d'action

### Compétences

- Interroger son organisation/son projet sur les apports possibles du e-marketing
- Se familiariser avec le vocabulaire de ce nouveau champ d'action
- Construire un plan d'action au regard des outils et moyens disponibles dans l'entreprise et son environnement

## Programme

### Contenu

#### Les clés du Webmarketing

- comprendre le vocabulaire du Web
- définition et objectifs du Web marketing
- un paysage technologique en évolution : web mobile, tablettes etc...
- tendances et usages actuels en France : audience et comportements des internautes
- les différents leviers du Webmarketing
- les enjeux du Web sur la politique commerciale et ses impacts

#### Créer et améliorer son site internet

- Comprendre le fonctionnement d'un moteur de recherche. Cas particulier de Google.
- Critères d'obsolescence d'un site internet
- Liste des fonctionnalités indispensables
- Présentation des moyens, offres et technologies accessibles
- L'élaboration d'un cahier des charges
- La sélection de son prestataire Web
- Les pièges du Web

#### Développer sa présence en ligne

- Les fondamentaux du référencement naturel
- Le référencement local : outil « google My Business »
- Le référencement payant : (Google AdWords)
- Les autres supports de publicité en ligne
- E-mailings et newsletters : objectifs et cibles
- La campagne d'e-mailing. Quand ? Comment ? Pour qui ?
- Les autres leviers de fidélisation
- contrôle du taux de conversion et CA (Google Analytics)

Mis à jour le 16-01-2024



**Code : US174R**

Unité spécifique de type mixte  
0 crédits

**Responsabilité nationale :**  
EPN11 - Territoires / 1

**Contact national :**

Cnam entrepreneur(s)  
4 rue du Docteur Heydenreich  
CS 65228  
54052 Nancy cedex  
03 83 85 49 00

## Utiliser les réseaux sociaux

- Les différents réseaux sociaux : historique, audiences, évolutions
- Glossaire des réseaux sociaux
- Définition des objectifs opérationnels dans l'usage des réseaux sociaux
- Choix du/des réseaux adaptés à l'entreprise, au produit/service
- Facebook : atouts et limites
- Le contrôle de son image (E-Réputation)

## Modalités de validation

- Contrôle continu
- Projet(s)