BIG WAVE FORMATION

SIRET : 987 585 585 00019

6 rue de la Marne — 94700 Maisons-Alfort

NDA : 11941341194 — Préfecture Île-de-France

Ne vaut pas agrément de l'État

Version : 2026

Fiche RS7076 — France Compétences

Développer son activité avec le webmarketing

Programme de formation — Certification RS7076

40 heures à distance | Big Wave Formation | 2026

Durée totale	40 heures — sur 4 semaines
Format	100 % à distance (e-learning + visioconférence collective + accompagnement individuel)
Dont synchrone	4 heures · classes virtuelles collectives et suivi individuel
Dont asynchrone	36 heures · Ceci est une valeur estimative à la mise en place de modules e-learning, exercices pratiques, études de cas
Tarif	1 600 € TTC
Lieu	En classe virtuelle via Google Meet
Délais d'accès	11 jours ouvrables minimum (CPF/OPCO) — 7 jours en autofinancement
Modalité d'évaluation	Mise en situation professionnelle : rapport écrit + soutenance orale devant jury (20 min)
Certification visée	RS7076 — Développer son activité avec le webmarketing (Webmarketing & Co'm)

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.

Prérequis

– Justifier d'un projet de déploiement d'une stratégie webmarketing pour son entreprise.

– Disposer d'une appétence aux outils numériques.

– Disposer d'un ordinateur et d'une connexion Internet.

Objectifs pédagogiques

1. Mettre en place une stratégie webmarketing
2. Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing
3. Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing

Contenu du programme

Module 1 — Définir les objectifs webmarketing de l'entreprise
| Compétence C1 | 4 heures

Objectif : *Définir des objectifs webmarketing pertinents et hiérarchisés pour l'entreprise.*

Contenu

– Comprendre les fondamentaux du webmarketing.
– Identifier le positionnement, l'offre et la cible.
– Diagnostiquer la présence digitale d'une entreprise.
– Analyser les pratiques et la concurrence.
– Définir des objectifs webmarketing SMART.
– Prioriser les objectifs selon les ressources et les enjeux de l'entreprise.

Cas pratique
Analyser une entreprise fictive et définir des objectifs webmarketing SMART adaptés.

Module 2 — Concevoir la stratégie webmarketing de l'entreprise
| Compétence C2 | 4 heures

Objectif : *Construire une stratégie webmarketing multi-leviers adaptée aux objectifs de l'entreprise.*

Contenu

– Comprendre les principaux leviers d'acquisition webmarketing.
– Choisir les leviers adaptés aux objectifs et à la cible identifiés au C1.
– Construire un parcours utilisateur cohérent (découverte → conversion → fidélisation).
– Définir les messages clés.
– Structurer une stratégie multi-leviers réaliste.
– Répartir un budget webmarketing adapté.

Cas pratique
Sélectionner les leviers pertinents et élaborer une stratégie webmarketing simple à partir d'un contexte donné.

Module 3 — Élaborer le plan d'action webmarketing
| Compétence C3 | 6 heures

Objectif : *Traduire la stratégie en un plan d'action concret et planifié.*

Contenu

– Décliner la stratégie en actions concrètes et réalisables.

– Organiser les actions par canal (SEO, SEA, social media, emailing…).
– Construire un calendrier opérationnel (hebdomadaire & mensuel).
– Créer un calendrier éditorial simple.
– Préparer les contenus à produire selon les objectifs.
– Intégrer les bonnes pratiques d'accessibilité numérique.
– Introduction à l'email marketing.
– Introduction à Google Ads (fonctionnement, rôle dans le plan d'action).

Cas pratique

Créer un mini plan d'action et un calendrier éditorial simplifié à partir d'une stratégie donnée.

Module 4 — Mettre en œuvre le référencement naturel (SEO)

| Compétence C4 | 10 heures

Objectif : *Optimiser la visibilité d'un site web grâce au référencement naturel.*

Contenu

– Comprendre le fonctionnement du SEO.
– Identifier les mots-clés et intentions de recherche.
– Optimiser techniquement un site (balises, structure, vitesse, lisibilité).
– Optimiser les contenus pour le SEO (titles, metas, Hn, structure de page).
– Structurer une page web pour améliorer sa visibilité.
– Identifier des opportunités de netlinking simples.
– Vérifier l'indexation et suivre les performances (Search Console, Analytics).
– Prioriser les actions SEO selon les résultats observés.

Cas pratique

Analyser une page existante et proposer une série d'optimisations SEO adaptées.

Module 5 — Mettre en œuvre la communication sur les réseaux sociaux

| Compétence C5 | 10 heures

Objectif : *Déployer une communication efficace sur les réseaux sociaux.*

Contenu

– Comprendre les usages et spécificités des réseaux sociaux.
– Choisir les plateformes adaptées à la cible et aux objectifs.
– Optimiser les profils pour améliorer la visibilité.
– Définir une ligne éditoriale cohérente.
– Créer des contenus adaptés aux attentes de la cible.
– Construire un calendrier social media.
– Gérer la publication et l'engagement.
– Analyser les performances des contenus.
– Communiquer et mettre en œuvre des actions d'influence marketing.
– Utiliser les formats interactifs (stories, sondages, formats courts…).
– Animer et gérer une communauté (interactions, commentaires, messages privés).

Cas pratique

Construire une ligne éditoriale simple et planifier une semaine de contenus adaptés à une cible donnée.

Module 6 — Élaborer un dispositif de pilotage webmarketing
| Compétence C6 | 6 heures

Objectif : *Mesurer et piloter les performances des actions webmarketing.*

Contenu

– Définir les indicateurs clés de performance (KPI) liés aux objectifs.
– Construire un tableau de bord simple pour suivre les actions webmarketing.
– Interpréter les résultats obtenus sur les différents leviers.
– Identifier les axes d'amélioration.
– Ajuster la stratégie webmarketing en fonction des données et de l'évolution des besoins.

Cas pratique

Créer un tableau de bord contenant les principaux KPI à suivre pour une entreprise fictive.

Durée totale de la formation	40 heures

Moyen d'encadrement

Kévin Lage

Président & formateur — Big Wave Formation

Spécialiste de LinkedIn & acquisition client — 4 ans d'expérience — 100+ clients accompagnés — 1 000+ élèves formés

Méthodes mobilisées et modalités de suivi

– Modules e-learning interactifs
– Visioconférences collectives hebdomadaires
– Mentoring individuel à la demande
– Études de cas et jeux de rôle
– Quizz et exercices pratiques
– Suivi et accompagnement personnalisé

Accessibilité

Pour toute situation de handicap, merci de nous contacter pour envisager la faisabilité — Kévin Lage — 06 52 63 93 23

Modalités d’évaluation de la certification RS7076

L’évaluation se compose d’une mise en situation professionnelle : le candidat rédige un rapport écrit puis soutient son projet à l’oral devant un jury (20 minutes).

Cette formation vous prépare à la certification “Développer son activité avec le webmarketing” enregistrée à France Compétences sous le numéro RS7076 :

https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/7076/

À l’issue de la formation, le candidat s’engage à passer la certification.