



LC FORMATIONS
CONSEIL & DEVELOPPEMENT

PROGRAMME DE FORMATION

INBOUND MARKETING

CONTACT / RENSEIGNEMENT :

CASTILLON LAURÈNE, 06.69.23.18.16
CONTACT@LC-FORMATIONS.FR



FORMATION INBOUND MARKETING

➔ OBJECTIFS PROFESSIONNELS :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les meilleures techniques actuelles
- Initier une stratégie d'inbound marketing
- Maîtriser l'ensemble des canaux de diffusion
- Optimiser l'ensemble du processus pour faire progresser le retour sur investissement des actions

➔ CATÉGORIE ET BUT

La catégorie prévue à l'article L.6313-1 est : Action de formation

Cette action a pour but (article L.6313-3) : De favoriser l'adaptation des travailleurs à leur poste de travail, à l'évolution des emplois ainsi que leur maintien dans l'emploi et de participer au développement de leurs compétences en lien ou non avec leur poste de travail.

➔ PUBLIC

Le public concerné est : tout public.

➔ PRÉ-REQUIS

Les conditions d'accès sont :

Pré-requis : Aucun

Niveau exigé : Débutant

➔ DURÉE

Cette formation se déroulera en 100 heures sur 13 jours.

Horaires et Dates : Voir convention de formation.

➔ TARIF

SUR DEMANDE.

Organisme de formation net de TVA.

➔ MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription est réputée acquise lorsque : La convention de formation est signée.

Les délais d'accès à l'action sont : 15 jours avant de le début de l'action de formation.



FORMATION INBOUND MARKETING

➔ MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

L'organisation pédagogique repose sur l'individualisation accompagnée avec présence pédagogique constante du formateur.

Cours avec apports théoriques et mises en pratiques immédiates sur lieu concerné.

OUTILS PÉDAGOGIQUES : Il s'agit d'une formation individuelle, en face à face.

- Nous privilégions une démarche pédagogique pratique et conviviale avec la mise en application immédiate des conseils vus.
- La répartition pédagogique est la suivante : 30 % d'apports théoriques et de connaissances et 70 % de pratique.
- La participation active et l'expérimentation du stagiaire est largement privilégiée.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES : Programme de formation détaillé

PRISE EN COMPTE DU HANDICAP : Les personnes en situation de handicap physique peuvent tout à fait rejoindre notre formation. Merci de nous contacter pour toute situation particulière.

ELÉMENTS MATÉRIELS DE LA FORMATION

Equipements divers mis à disposition : non nécessaire.

Documentation : Le formateur s'appuiera sur des articles disponibles en ligne.

COMPÉTENCES DES FORMATEURS

Le formateur référent possède les qualités nécessaires à la mise en place d'un parcours modulaire. Il a un rôle de formateur accompagnateur. Il réajuste en permanence le contenu de la formation en fonction des avancées du stagiaire. Il reste à l'écoute des besoins et répond au mieux aux attentes.

La formation sera assurée par



FORMATION INBOUND MARKETING

➔ CONTENU DE LA FORMATION

PARTIE 1 - INTRODUCTION À L'INBOUND MARKETING (05H)

- Compréhension des concepts fondamentaux de l'inbound marketing
- Histoire et évolution de l'inbound marketing
- Avantages de l'inbound marketing par rapport aux méthodes traditionnelles

PARTIE 2 - RECHERCHE ET DÉFINITION DE L'AUDIENCE (10H)

- Techniques de recherche de marché
- Création de personas
- Analyse concurrentielle
- Définition de l'audience cible

PARTIE 3 - CRÉATION DE CONTENU (15H)

- Rédaction pour le web
- Stratégies de création de contenu
- Utilisation d'outils de création de contenu
- Content marketing et SEOg

PARTIE 4 - STRATÉGIES DE BLOGGING (10H)

- Planification et création d'un blog
- Optimisation des articles de blog pour le référencement
- Promotion du blog

PARTIE 5 - SEO (10H)

- Principes de base du SEO
- Recherche de mots clés
- Optimisation on-page et off-page
- Suivi et analyse des performances SEO



FORMATION INBOUND MARKETING

➔ CONTENU DE LA FORMATION

PARTIE 6 - SOCIAL MEDIA MARKETING (10H)

- Utilisation efficace des réseaux sociaux dans l'inbound marketing
- Création d'une stratégie de médias sociaux
- Publicités sur les médias sociaux

PARTIE 7 - EMAIL MARKETING (08H)

- Création et optimisation des campagnes d'email
- Automation et segmentation
- Mesure des performances des campagnes d'email

PARTIE 8 - LEAD GENERATION (10H)

- Stratégies de génération de leads
- Création d'aimants à leads (lead magnets)
- Utilisation de formulaires et de landing pages

PARTIE 9 - LEAD NURTURING (12H)

- Stratégies de nurturing des leads
- Utilisation de l'automation pour le nurturing
- Scoring des leads

PARTIE 10 - ANALYSE ET OPTIMISATION (05H)

- Utilisation d'outils d'analyse
- Suivi des performances
- A/B testing et optimisation continue

PARTIE 11 - ETUDE DE CAS

- Analyse d'études de cas d'inbound marketing réussies



FORMATION INBOUND MARKETING

➔ SUIVI ET ÉVALUATION

EXÉCUTION DE L'ACTION

Les moyens permettant de suivre l'exécution de l'action sont :

- Feuilles de présence émargées par les stagiaires et le formateur

MODALITÉS D'ÉVALUATION DES RÉSULTATS (OU D'ACQUISITION DES COMPÉTENCES)

Les moyens mis en place pour déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés dans les objectifs sont :

- Exercices pratiques



LC FORMATIONS
CONSEIL & DEVELOPPEMENT

LC FORMATIONS

5 IMPASSE DES MOUETTES 30220 SAINT LAURENT D'AIGOUZE
SIRET 88379731800028 - SARL AU CAPITAL SOCIAL DE 1000 €- NUMÉRO TVA INTRACOMMUNAUTAIRE FR77883797318
DÉCLARATION D'ACTIVITÉ DE FORMATION ENREGISTRÉE SOUS LE N°76300463930 DU PRÉFET DE RÉGION D'OCCITANIE