Programme de formation

De la visibilité au chiffre d'affaires

Structurer sa visibilité digitale et sa prospection B2B

Programme de formation à distance — Human Web

16 heures • 8 séances de 2 heures • Formation en français

MáJ - 22 octobre 2026

Présentation

Votre visibilité digitale et vos actions commerciales doivent servir le même objectif : entrer en relation avec les bons prospects et développer votre activité. Cette formation vous aide à identifier vos freins à la croissance, préciser vos cibles, clarifier vos messages et articuler votre site internet, vos contenus et votre prospection. Vous travaillez sur le contexte de votre entreprise pour construire un plan d'action priorisé à 90 jours.

La formation est organisée par Human Web, avec l'intervention de Vanessa Lemaire et d'Édouard Dupressoir.

Public visé

Dirigeants de TPE-PME et responsables du développement commercial ou marketing souhaitant structurer leur acquisition de clients B2B et mieux relier visibilité digitale et prospection.

Prérequis

Connaître l'activité, les offres et les clients de son entreprise.
Utiliser les fonctions courantes d'un ordinateur, d'un navigateur internet et d'une messagerie.
Disposer d'une activité ou d'un projet B2B sur lequel réaliser les exercices.

Aucune maîtrise avancée du référencement naturel, des outils d'intelligence artificielle ou de la prospection structurée n'est requise. Pour les exercices, prévoir l'accès aux supports de présentation de ses offres, aux informations disponibles sur ses clients et à son site internet, s'il existe. En l'absence de site, le travail pourra porter sur un projet de page ou un cas proposé par les formateurs.

Objectif général

Construire un plan d'acquisition B2B cohérent, associant ciblage commercial, messages, visibilité digitale et prospection, à partir du contexte de son entreprise.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

Identifier les principaux freins à son acquisition de clients et sélectionner une priorité d'amélioration.
Définir un profil de client idéal et un interlocuteur prioritaire à partir de critères explicites.
Formuler une proposition de valeur et un message adaptés aux besoins de cette cible.
Repérer les améliorations prioritaires d'un site B2B pour faciliter la prise de contact.
Sélectionner des mots-clés et proposer une structure de page intégrant les bases du référencement naturel (SEO).
Identifier les pratiques de contenu favorisant la compréhension et la reprise d'informations par les moteurs de réponse fondés sur l'IA (GEO).
Esquisser une séquence de prospection multicanal et définir les étapes de suivi de ses opportunités.
Construire un plan d'action à 90 jours reliant contenus, prospection et indicateurs de suivi.

Durée et organisation

Durée totale : 16 heures de formation en classe virtuelle.
Rythme : 8 séances de 2 heures, réparties selon le calendrier du groupe choisi.
Répartition : 8 heures avec Édouard Dupressoir et 8 heures avec Vanessa Lemaire.
Format : formation à distance, en direct, en groupe interentreprises.
Effectif : 4 participants maximum.
Langue : français.
Lieu : connexion à distance depuis le lieu choisi par le participant.
Horaires du calendrier : heure de Paris.

Les explications, exercices accompagnés, échanges et évaluations sont réalisés pendant les 16 heures. Des applications facultatives peuvent être proposées entre les séances puis reprises en formation ; elles ne sont pas comptabilisées dans ces 16 heures et ne conditionnent pas l'atteinte des objectifs pédagogiques.

Programme détaillé

Les huit séances alternent les interventions d'Édouard Dupressoir et de Vanessa Lemaire. Chaque séance dure 2 heures.

Séance 1 — Diagnostiquer ses freins à la croissance · Édouard Dupressoir · 2 h

Examiner sa situation commerciale à partir d'un questionnaire de positionnement synthétique.
Repérer les freins liés aux offres, aux cibles, aux messages et aux pratiques d'acquisition.
Choisir un problème prioritaire et préciser le résultat recherché.
Production travaillée en séance : un diagnostic synthétique et une priorité d'amélioration.

Séance 2 — Un site B2B qui convertit · Vanessa Lemaire · 2 h

Identifier le rôle du site dans le parcours d'un prospect B2B.
Examiner la clarté de l'offre, les éléments de confiance et les appels à l'action.
Réaliser un audit express de son site ou d'une page exemple.
Production travaillée en séance : une liste priorisée d'améliorations pour faciliter la prise de contact.

Séance 3 — Cibler les bons clients · Édouard Dupressoir · 2 h

Sélectionner les critères utiles pour définir son profil de client idéal (ICP).

Identifier un interlocuteur prioritaire, ses problèmes et ses critères de décision.

Formuler une hypothèse de cible à tester sur le terrain.
Production travaillée en séance : une fiche de client idéal et un persona prioritaire.

Séance 4 — Être trouvé sur Google : les bases du SEO · Vanessa Lemaire · 2 h

Comprendre les principes du référencement naturel et les intentions de recherche.

Sélectionner des mots-clés en lien avec son offre et sa cible.

Structurer une page et identifier les principaux titres, balises et éléments de contenu à améliorer.
Production travaillée en séance : une sélection de mots-clés et une trame de page optimisée.

Séance 5 — Convaincre : proposition de valeur et messages · Édouard Dupressoir · 2 h

Relier les problèmes de sa cible aux bénéfices de son offre.

Esquisser une proposition de valeur et un message d'approche.

Utiliser l'IA comme aide à la rédaction, puis vérifier la pertinence et l'exactitude des résultats.
Production travaillée en séance : une proposition de valeur et un exemple de message commercial.

Séance 6 — Être cité par les IA : découvrir le GEO · Vanessa Lemaire · 2 h

Comprendre les principes de visibilité dans les moteurs de réponse tels que ChatGPT, Claude ou Perplexity.

Identifier les pratiques de contenu favorisant la clarté, la crédibilité et la reprise d'informations.

Utiliser l'IA pour préparer un contenu, en conservant sa voix et en contrôlant les informations produites.
Production travaillée en séance : une trame de contenu et une checklist GEO personnalisée.

Séance 7 — Aller chercher ses prospects · Édouard Dupressoir · 2 h

Choisir les canaux de prospection adaptés à sa cible et à ses ressources.

Esquisser une séquence de prise de contact et de relance.

Définir les étapes du suivi commercial et les indicateurs utiles.
Production travaillée en séance : une séquence de prospection et une trame de suivi des opportunités.

Séance 8 — Des contenus au service de la prospection · Vanessa Lemaire · 2 h

Relier ses contenus aux besoins du prospect et aux étapes de la relation commerciale.

Choisir les contenus utiles pour soutenir les prises de contact et les relances.

Hiérarchiser les actions et finaliser le plan à 90 jours à partir des travaux des séances précédentes.
Production travaillée en séance : un plan d'action à 90 jours avec priorités et indicateurs de suivi.

Le parcours porte sur l'apprentissage et la conception des actions. La mise en œuvre complète d'une campagne, le paramétrage des outils de prospection et la refonte du site constituent des prestations distinctes. Les évolutions de référencement et de visibilité dépendent notamment des plateformes et des actions mises en œuvre par l'entreprise.

Méthodes et moyens pédagogiques

Apports méthodologiques courts, illustrés par des exemples B2B.

Démonstrations, échanges et questions-réponses.

Exercices guidés sur le contexte de chaque participant.

Analyse de supports, de pages web et de messages commerciaux.

Retours des formateurs sur les productions réalisées en séance.
Mise à disposition de supports et de canevas de travail.

Les productions constituent des bases de travail à affiner et à tester après la formation.

Moyens techniques

Prévoir un ordinateur avec une connexion internet stable, un navigateur à jour, un microphone et une caméra. Un casque est recommandé. Les séances se déroulent sur Teams ou kMeet - Infomaniak. Le lien de connexion et les consignes techniques sont transmis avec la convocation. Les éventuels outils numériques utilisés et leurs conditions d'accès sont précisés avant le début de la formation.

Positionnement, suivi et évaluation

Avant la formation : questionnaire de positionnement et recueil des besoins pour vérifier l'adéquation du parcours avec la situation du participant.

Pendant la formation : exercices et mises en pratique accompagnés de retours des formateurs ; questions ou quiz de vérification des connaissances ; évaluation progressive des productions au regard des objectifs pédagogiques.

En fin de formation : évaluation des productions du parcours, selon les critères suivants : cohérence entre cible et message, pertinence des améliorations digitales proposées, articulation entre contenus et prospection, priorisation des actions et choix d'indicateurs de suivi. Un bilan des acquis et un questionnaire de satisfaction complètent cette évaluation.

Modalités d'inscription et délai d'accès

Adresser une demande via le formulaire du site Human Web ou d'Édouard Dupressoir Conseil, ou contacter Human Web.
Échanger sur ses besoins et compléter le questionnaire de positionnement.
Choisir un groupe disponible et finaliser les documents d'inscription avec Human web.
Recevoir la confirmation d'inscription, le calendrier et la convocation avec les liens de connexion.

L'inscription est soumise à la disponibilité des places et à la finalisation du dossier administratif. En cas de demande de financement, les délais du financeur doivent être anticipés.

Délai d'accès : selon le type de financement.
Date limite d'inscription : 5 jours ouvrés avant le début de chaque groupe.

Tarifs et financement

Tarif du parcours complet de 16 heures en interentreprises : 2 500 € par participant - TVA : 0 %. Ce tarif comprend les 8 séances, les supports, les exercices accompagnés et les évaluations.

Human Web précise les modalités de règlement et les conditions d'annulation ou de report dans les documents contractuels remis avant l'inscription. Une prise en charge peut être étudiée selon votre situation et les critères de votre financeur. Elle reste soumise à son accord préalable. Contacter Human Web pour connaître les démarches et les documents nécessaires.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Pour étudier les adaptations nécessaires à votre participation à distance, merci de signaler vos besoins à Human Web en amont de l'inscription. Les possibilités d'aménagement du rythme, des supports et des modalités pédagogiques sont examinées individuellement. Si nécessaire, Human Web recherche une solution adaptée ou oriente vers les interlocuteurs compétents.

Calendrier prévisionnel interentreprises

Les dates actualisées sont accessibles sur le site web à l'url suivante:

Horaires : heure de Paris. Dates proposées, sous réserve de confirmation par Human web.

Contact et inscription

Vous souhaitez vérifier si cette formation correspond à votre besoin ou connaître les places disponibles ? Contactez Human Web : Vanessa Lemaire — 06 83 03 89 67 — vanessa.lemaire@human-web.com.

Conditions générales de vente (CGV)

Applicables aux actions de formation professionnelle réalisées par Human Web. · MAJ le 11/01/2026

Article 1 — Désignation

Human Web, SASU au capital de 1 000 euros dont le siège social est fixé 9 rue Parrot, 75012 Paris, est enregistrée sous le numéro de déclaration d'activité 11930855693 auprès du préfet de région Île-de-France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État. Human Web est certifiée Qualiopi au titre de la catégorie d'action « actions de formation ».

Dans les paragraphes qui suivent, il est convenu de désigner par : « l'Organisme », la société Human Web, qui conçoit, élabore et dispense des formations ; « le Client », toute personne morale ou physique qui s'inscrit ou passe commande d'une formation auprès de l'Organisme ; « le ou les Stagiaires », la ou les personnes qui suivent l'action de formation ; « formation inter-entreprises », une formation catalogue regroupant des stagiaires issus de différentes structures ; « formation intra-entreprise », une formation destinée à un seul client, personnalisée et adaptée à ses objectifs ; « OPCO », l'opérateur de compétences en charge du financement de la formation professionnelle.

Article 2 — Objet

Les présentes conditions générales de vente s'appliquent à l'ensemble des prestations concourant au développement des compétences engagées par l'Organisme pour le compte d'un Client. Le fait de s'inscrire ou de passer commande implique l'adhésion entière et sans réserve du Client aux présentes conditions. Elles prévalent sur tout autre document du Client, et en particulier sur ses conditions d'achat.

Article 3 — Prix, règlement et modalités de paiement

Les prestations de formation professionnelle continue réalisées par l'Organisme sont exonérées de TVA en application de l'article 261-4-4° a du Code général des impôts. Les prix sont indiqués en euros nets de taxe sur le devis et la convention de formation.

Le règlement est dû dans les trente jours à réception de la facture, à l'ordre de Human Web. Toute somme non payée à échéance entraîne de plein droit et sans mise en demeure préalable l'application de pénalités égales à trois fois le taux d'intérêt légal, ainsi qu'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement de 40 euros.

En cas de subrogation de paiement par l'OPCO, il appartient au Client d'effectuer sa demande de prise en charge avant le début de la formation et de communiquer l'accord de financement au moment de

l'inscription. En cas de prise en charge partielle, la différence est facturée directement au Client. Si l'accord de prise en charge ne parvient pas à l'Organisme au plus tard un jour ouvrable avant le démarrage, l'Organisme se réserve la possibilité de refuser l'entrée en formation ou de facturer la totalité des frais au Client. Un paiement échelonné peut être convenu avant le démarrage de la formation.

Article 4 — Dédit et remplacement d'un stagiaire

En cas de dédit signifié par le Client à l'Organisme au moins sept jours francs avant le démarrage de la formation, l'Organisme offre au Client, sous réserve de l'accord de l'OPCO, la possibilité de reporter la participation du ou des stagiaires à une date ultérieure définie conjointement, ou de remplacer le stagiaire empêché par un autre participant ayant le même profil et les mêmes besoins en formation.

Article 5 — Annulation, absence ou interruption

Tout module commencé est dû dans son intégralité et fait l'objet d'une facturation au Client. En cas d'absence, d'interruption ou d'annulation, la facturation distingue le prix correspondant aux heures effectivement suivies par le ou les stagiaires et les sommes dues au titre des absences ou de l'interruption. Le Client s'engage à régler directement à l'Organisme les sommes restées à sa charge, lesquelles ne peuvent être imputées sur son obligation de participation au titre de la formation professionnelle ni faire l'objet d'une demande de prise en charge par l'OPCO.

En cas d'annulation ou de renoncement par le Client moins de sept jours francs avant la date de démarrage, ou en cas de réalisation partielle imputable à l'une des parties, celle-ci s'engage au versement d'une somme forfaitaire de 400 euros à titre de dédommagement.

L'Organisme se réserve la possibilité de reporter ou d'annuler une session si l'effectif minimum n'est pas atteint ou en cas de force majeure. Le Client en est informé au plus tard sept jours avant le démarrage et les sommes déjà versées lui sont intégralement restituées, sans autre indemnité.

Article 6 — Horaires, effectif et inscription

Les horaires et la durée de chaque formation sont ceux portés sur le programme, la convention et la convocation adressés au Client et au Stagiaire ; ces documents prévalent sur toute indication générale.

L'effectif de chaque formation est limité afin de favoriser les meilleures conditions d'apprentissage. Les inscriptions sont prises en compte dans leur ordre d'arrivée. L'émission d'un devis ne vaut pas inscription : seuls les devis dûment renseignés, datés, signés et revêtus de la mention « bon pour accord », retournés à l'Organisme, ont valeur contractuelle. Une fois l'effectif atteint, l'Organisme peut proposer au Stagiaire une nouvelle session ou son inscription sur une liste d'attente.

Article 7 — Documents contractuels et documents de fin de formation

Pour chaque action, un devis est adressé par l'Organisme au Client ; un exemplaire daté, signé et revêtu de la mention « bon pour accord » lui est retourné. Une convention de formation est établie conformément à l'article L6353-1 du Code du travail. Le cas échéant, une convention particulière peut être établie entre l'Organisme, l'OPCO et le Client.

À l'issue de la formation, l'Organisme remet au Stagiaire une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action ainsi que les résultats de l'évaluation des acquis. En cas de prise en charge totale ou partielle par un financeur, l'Organisme lui adresse un certificat de réalisation accompagné de la facture. Les feuilles d'émargement sont conservées et tenues à disposition des financeurs et des autorités de contrôle.

Article 8 — Accessibilité aux personnes en situation de handicap

L'Organisme étudie avec le Stagiaire les adaptations nécessaires à sa participation. La référente handicap est Vanessa Lemaire (vanessa.lemaire@human-web.com), à contacter de préférence quinze jours avant le démarrage. Lorsque le besoin dépasse les capacités d'adaptation de l'Organisme, celui-ci oriente le Stagiaire vers les acteurs spécialisés compétents.

Article 9 — Sous-traitance et co-intervention

L'Organisme peut confier tout ou partie de la réalisation d'une action à un intervenant externe. Il demeure dans tous les cas le prestataire unique du Client, responsable de la conception, du pilotage et de la

conformité de l'action, et s'assure du respect par l'intervenant des exigences du référentiel national qualité. L'identité des intervenants est portée à la connaissance du Client et des Stagiaires.

Article 10 — Obligations et force majeure

L'Organisme est tenu à une obligation de moyens vis-à-vis de ses Clients et de ses Stagiaires. Sa responsabilité ne saurait être engagée en cas d'inexécution de ses obligations résultant d'un cas fortuit ou de force majeure. Outre ceux habituellement reconnus par la jurisprudence, sont considérés comme tels : la maladie ou l'accident d'un intervenant ou d'un responsable pédagogique, les grèves ou conflits sociaux externes à l'Organisme, les catastrophes naturelles, les incendies, l'interruption des télécommunications, de l'approvisionnement en énergie ou des transports, ainsi que toute circonstance échappant à son contrôle raisonnable.

Article 11 — Confidentialité

L'Organisme et le Client s'engagent à conserver strictement confidentiels l'ensemble des informations et documents auxquels ils ont accès dans le cadre de l'exécution des prestations. L'Organisme s'engage à ne pas communiquer à des tiers, autres que les intervenants concourant à l'action et les financeurs, les informations transmises par le Client, y compris celles concernant les Stagiaires.

Article 12 — Référencement commercial

Le Client autorise l'Organisme à le citer comme client de ses actions de formation et à mentionner son nom ainsi qu'une description objective de la nature des prestations dans ses listes de références, ses propositions commerciales et ses rapports d'activité. Le Client peut retirer cette autorisation à tout moment par simple demande écrite.

Article 13 — Données à caractère personnel

Le Client s'engage à informer chaque Stagiaire que des données à caractère personnel le concernant sont collectées et traitées pour la réalisation et le suivi de la formation, l'évaluation des acquis et l'amélioration continue de l'Organisme.

Les durées de conservation, les droits des personnes concernées et leurs modalités d'exercice sont précisés à l'article 11 du règlement intérieur. L'Organisme veille à ce que les personnes autorisées à traiter les données pour son compte s'engagent à en respecter la confidentialité, reçoivent la formation nécessaire en matière de protection des données, notifient sans délai toute violation de données et mettent en œuvre les mesures de sécurité appropriées. Les mêmes obligations sont imposées aux sous-traitants ultérieurs.

Article 14 — Réclamations

Toute réclamation relative à l'exécution d'une formation peut être adressée par écrit à vanessa.lemaire@human-web.com. Elle fait l'objet d'un accusé de réception et d'une réponse écrite dans un délai de quinze jours ouvrés.

Article 15 — Droit applicable et juridiction compétente

Les présentes conditions générales de vente et les contrats conclus entre l'Organisme et le Client sont soumis au droit français. Toute contestation relative à leur interprétation ou à leur exécution est portée, à défaut de résolution amiable, devant les tribunaux compétents. Les parties attribuent expressément juridiction au tribunal de commerce de Paris.