WEBMARKETING

Programme complet

1) Principes clefs du webmarketing - 3h

- Notions fondamentales et usages : SEM, e-CRM, ROPO/Web-to-store…
- Entonnoir de vente : ciblage, attraction, fidélisation, conversion
- Marketing de contenus : storytelling 2.0, e-reputation positive…

2) Le référencement naturel (SEO) - 3h

- Principes fondamentaux du SEO
- Outils et leviers majeurs : optimisation, sémantique, link building…
- Analyse SEO d'un site et plan d'action

MISE EN APPLICATION

- Optimisation technique d'un site web
- Rédaction ou optimisation rédactionnelle de contenus
- Analyse de données issues d'outils spécialisés (Google analytics…)

3) Le référencement payant (SEA) - 3h

- Principes généraux
- Prise en main de Google Adwords
- Conception et mise en oeuvre d'une campagne

4) L'email marketing - 2h

- Notions clefs
- Ecueils et bonnes pratiques
- Présentation d'un outil standard (type MailChimp)

5) Les médias sociaux - 3h

- Nouveaux leviers du web social
- Bonnes pratiques et règles d'or
- Outils de promotion professionnels
- Exemples créatifs et inspirants

MISE EN APPLICATION - FOCUS FACEBOOK

- Partage de contenus web
- Présentation des fonctions publicitaires
- Analyse des performances

Objectifs pédagogiques

Comprendre les clefs d'une approche webmarketing

Acquérir les bonnes pratiques

Savoir mettre en œuvre les leviers stratégiques

Apprendre à utiliser les outils de référence

Connaître les ressources qui permettent d'améliorer sa pratique

Public concerné

Responsable Webmarketing / marketing digital, responsable communication digitale en prise de fonction ou récemment nommé.

Pré-requis

Connaissances générales sur les outils digitaux de marketing et de communication (moteurs de recherche, blog, newsletter, publicité en ligne…).

Durée

14h00

Moyens Pédagogiques

Apports théoriques et méthodologiques.

Exemples et bonnes pratiques issus de la veille concurrentielle

Mises en application concrètes, basées sur les cas clients.

Webographie online pour retrouver et approfondir les points traités.

Evaluation du contrôle des connaissances

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de mises en situation et de travaux pratiques.

Mode de validation de la formation

Attestation de formation.