

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE WEBMARKETING

Commerce - Vente

Réf: DCOF16



OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux liés au webmarketing
- Découvrir les principaux outils et concepts du marketing digital
- Définir une stratégie webmarketing
- Définir des indicateurs clés pour piloter sa stratégie



PROGRAMME

Le Webmarketing dans l'entreprise

- Le webmarketing, c'est quoi ?
- Construire sa stratégie digitale en composant avec les différents leviers du marketing digital

Stratégie de contenu : blog et content marketing

- Bâtir sa stratégie de contenus et définir la ligne éditoriale d'un blog
- S'organiser pour tenir dans la durée
- S'outiller pour « industrialiser » et automatiser le processus de création de contenus
- Servir le SEO sans desservir le lecteur

Référencement naturel et payant

- Le référencement naturel
- Mettre en place sa stratégie de référencement gratuit (SEO) structure, contenu, popularité
- Le référencement payant - Ses grands principes
- Construire sa stratégie de référencement payant (campagne Adwords) structure, mots clés, messages et landings pages

Les medias sociaux (Facebook, Youtube, Twitter...)

- Panorama des médias sociaux
- Définir et prioriser ses objectifs social media
- Animer et interagir avec vos communautés (community management)
- Construire ses campagnes Facebook Ads

L'email marketing

- Définition de l'email marketing (acquisition vs fidélisation)
- Mise en place une campagne emailing: optimiser délivrabilité, taux d'ouverture, taux de réactivité

Mesurer et analyser les performances du marketing digital

- Déterminer les Key Performances Indicators (KPI)
- Connaître le principe du tracking - Utiliser des outils de mesure : Google Analytics, Omniture...
- Mesurer les performances des réseaux sociaux
- Gérer les avis, les posts et les commentaires des internautes
- Connaître les indicateurs clés de l'e-mailing - Calculer le ROI de ses action (Return On Invest/Return On Influence) - Créer un tableau de bord type du digital
- Mesurer et analyser les performances SEO des concurrents

LE PARCOURS DE FORMATION

Présentiel Distanciel Intra-entreprise Inter-entreprises One to one Duo

> **Modalités pédagogiques :** Apports théoriques, étude de cas, exposé. Partage d'expérience. Mise en situation.

> **Modalité d'évaluation :** Quiz de connaissance - La mise à l'épreuve réelle

Attestation de compétence



DURÉE

3 jours



PRÉREQUIS

Aucun



TARIFS

À partir de 966€ HT/stagiaire



INTERVENANT

Formation assurée par un professionnel de la vente et du commerce



PUBLICS

Dirigeant d'une entreprise ou collaborateur

Les + !

> Cette Formation vous permettra de piloter vos actions webmarketing et d'en monitorer ses performances