



## 2 Jours E-commerce - Acquisition de trafic

dans CREATION WEB - E-COMMERCE / Réf : BUR-WEB-40

### Objectifs de la formation

- Définir un plan d'action digital efficient
- Développer l'Inbound Marketing au détriment du marketing traditionnel
- Développer le trafic, les taux de conversion et de fidélisation
- Distinguer les différents leviers d'acquisition
- Utiliser efficacement le référencement Google

### Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

#### Jour 1 - Matin

#### 1. Identifier, cibler, capter, transformer et fidéliser ses internautes

- L'évolution du paysage technologique (web, mobile, tablettes, IoT)
- La diffusion de contenus au bon endroit, au bon moment et aux bonnes cibles
- Connectivité et géolocalisation
- Les stratégies de ciblage et de collecte de données des consommateurs
- Le parcours client et le tunnel de conversion

#### Jour 1 - Après-midi

#### 2. Gérer le pilotage d'actions web, mobil et omnicanal

- Le plan e-communication de conquête et de fidélisation
- L'analyse des performances en temps réel et leur optimisation
- L'utilisation de tableaux de bord et d'outils d'analyse
- Les KPI à suivre et à mesurer
- La définition du ROI par levier



## Jour 2 - Matin

### 3. Identifier les principaux outils d'acquisition

- Le référencement avec Google (SEO, SEA, SMO)
- Adapter sa rédaction au référencement
- L'affiliation et les comparateurs de prix
- Les leviers promotionnels
- Le display (native ads, programmatique) et le retargeting

## Jour 2 - Après-midi

### 4. Exploiter efficacement l'e-mailing

- Les contraintes légales
- L'identification de la cible appropriée
- Les règles de rédaction d'un e-mail (l'objet, le visuel, le contenu texte)
- La fabrication de landing pages performantes
- La mesure des retours suite à un envoi
- Les outils pour le routage et l'AB testing

### 5. Développer sa notoriété grâce aux médias sociaux

- Définir des objectifs
- Identifier ses communautés
- Les fonctions d'un Social Media Manager et d'un Community Manager
- Concevoir un contenu viral performant
- Les outils de Social Media Advertising (Facebook Ads, Twitter ads...)
- Inscrire la fidélisation à chaque étape du parcours client surweb et mobile

## Pré-requis

Connaître les fondamentaux du fonctionnement du web

## Public cible

#### SAS LEXOM

au capital de 25 000,00 €

Siège social : 155 Avenue René Privat - 07000 PRIVAS

N° SIRET : 510 869 274 00066 - RCS Aubenas

Code NAF : 85.59A / N° TVA Intra : FR 74510869274



LES FILIALES DU GROUPE LEXOM :





Webmasters, responsables marketing, chargé de communication digital, ou toute personne souhaitant comprendre l'impact du digital sur le marketing

## Pédagogie

### Méthodes pédagogiques

- Nos formateurs basent leur animation sur des techniques de pédagogie active, et si nécessaire sur des méthodes ludopédagogiques. Afin de renforcer l'apprentissage et d'optimiser une application pratique sur le terrain, les apprenants bénéficient d'exercices, cas concrets conçus par des professionnels de terrain, jeux de rôles, quizz, tests, adaptés au programme de formation.

### Modalités d'évaluation

- Une évaluation à chaud est effectuée en fin de formation par des tests permettant de valider la compréhension et l'intégration de la thématique par les apprenants.
- Une attestation de formation reprenant l'ensemble des objectifs pédagogiques sera délivrée à chaque participant à l'issue de la formation.

