



2
Jours

Le Web Marketing - Perfectionnement

dans **MARKETING - WEBMARKETING** / Réf : **MRK-WEB-02**

Objectifs de la formation

- Intégrer les techniques du marketing web et de la communication online
- Elaborer un plan d'actions online
- Mesurer le retour sur investissement de ses actions marketing web

Programme de la formation

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

Jour 1 - Matin

1. Identifier les grandes tendances du webmarketing

- Révolution du Digital
- Impact de la mobilité avec le web 3
- Top 15 des sites les plus visités (taux de pénétration, investissements annonceurs)
- Connaître les profils et usages des internautes
- Les acteurs du marché, leurs offres et spécificités
- Maîtriser le cadre juridique du webmarketing

2. Définir les fondamentaux de l'e-marketing

- Objectifs et mise en oeuvre, budgets à prévoir, arbitrage des investissements, résultats escomptés
- Référencement naturel / SEO
- Achat de mots clés et SEA
- Marketing à la performance (l'affiliation)
- La révolution des Ad Exchanges (RTB, RTG)
- Concevoir un e-mail ou une newsletter (objet, contenu du message, stratégie de diffusion)
- Mettre en oeuvre les outils de promotion (jeux-concours communautaires, collaboratifs, quiz)
- Marketing viral (exploiter les mécanismes du bouche à oreille pour optimiser ses campagnes online)



Jour 1 - Après-midi

3. Gérer sa communication on-line

- Publicités interactives : formats, coûts et règles de création des Skycrapers, bannières, images cliquables, videocast, pop-up
- Quels formats choisir en marketing mobile?
- Sponsoring et partenariats (développer des circuits de prescriptions pour un trafic qualifié)
- RP et Internet (utiliser les blogs, wikis, flux RSS et autres outils)

Jour 2 - Matin

4. Elaborer un plan d'actions online performant

- Identifier ses cibles sur internet et déterminer leur profil
- Choisir ses supports de communication on-line en fonction de ses objectifs
- Synergies à développer entre les actions online et offline
- Elaborer un planning précis de diffusion
- Répartir le budget entre les différents canaux
- Calculer le ROI de ses actions

5. Gérer sa communication sur les médias sociaux

- Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux
- Pratiques des marques en BtoB et BtoC
- Investir les plateformes communautaires
- Créer du buzz autour de sa marque
- Répondre à un bad buzz
- Créer un blog de marque, corporate ou produit

Jour 2 - Après-midi

6. Gérer l'optimisation de son site Internet

- Ergonomie, design, navigation : les pistes à suivre pour améliorer la qualité de votre site
- Choisir le CMS performant



- Point de salut sans responsive design
- Internaliser ou externaliser / Quand et avec qui ?

7. Utiliser les indicateurs de mesure et les outils de tracking

- Mesurer l'audience d'un site (visite, visiteur unique, pages vues, impression de pages)
- Mesurer le potentiel publicitaire d'un site (nombre de pages avec publicité, nombre moyen de pages vues par visite, par visiteur unique, temps d'exposition)

Pré-requis

Avoir préalablement suivi la formation Webmarketing - Initiation, ou équivalent

Public cible

Toute personne en charge de projets en web 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 évaluation à froid peut être proposée quelques mois après la formation afin de valider l'appropriation des méthodes et les changements obtenus à la suite de la formation.



- Une attestation de formation reprenant l'ensemble des objectifs pédagogiques sera délivrée à chaque participant à l'issue de la formation.

