



3 jours

PROGRAMME DE FORMATION

En présentiel

À distance

S'INITIER AUX FONDAMENTAUX DU WEB MARKETING

OBJECTIFS DE FORMATION

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Acquérir une vision et une approche visuelle du webmarketing
- Intégrer le e-marketing visuel dans sa stratégie de marketing globale
- Elaborer, construire et se développer sur internet

PARTICIPANTS

- Toute personne souhaitant développer le commerce à distance

PRÉREQUIS

- Connaissance de base d'internet et des réseaux sociaux

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ACTIVES

- Positionnement : questionnaire préalable envoyé au participant
- Formation action : le participant est acteur de sa formation et le formateur propose beaucoup d'exercices basés sur le contexte professionnel
- Apports théoriques et méthodologiques illustrés par de nombreux exercices pratiques
- Echanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur
- Analyse de pratique, mises en situation sur des cas concrets pour permettre l'appropriation des méthodes et des outils
- Travail devant ordinateur individuel
- Avoir accès au site internet de l'entreprise
- Support individuel de formation

ÉVALUATION

- Évaluation formative réalisée par l'intervenant tout au long de la formation afin de mesurer les acquisitions et les progressions
- Évaluation des acquis

LES PLUS

- PAI : un plan d'actions individuel sera formalisé en fin de formation.
 - Programmes ajustables à vos attentes
 - Accompagnement personnalisé
 - Option démarche qualité :
- SQF – Suivi Qualité Formation : Synthèse détaillée et bilan du formateur.
- Cette formation est accessible à toute personne en situation de handicap, contact référent handicap au 02 43 61 08 47
 - Une expertise² de nos formateurs : technique et pédagogie active

PROGRAMME DE FORMATION

1. Comprendre internet, un média incontournable

- Les évolutions d'Internet
- Evolution des supports : Ordi, smartphones, tablettes,...
- La démarche webmarketing : RAFFUT/SPEED
- Les récentes approches du digital marketing
- Les métiers du E-marketing et les institutions régulant internet
- L'importance du facteur humain
- Les aspects sécuritaires (virus, spam ...)
- Aspects juridiques : les bases indispensables en droit de l'internet

2. Intégrer internet dans la stratégie marketing

- Usages et comportements des internautes, mobinautes et tablonautes
- Stratégie de marque digitale : e-réputation et identité numérique
- Gérer le cycle de vie client
- Les clés d'une stratégie marketing sur le Web et le digital
- Appréhender les schémas et le vocabulaire technique

3. Définir le E-marketing mix

- Panorama des outils de communication du web : référencement, marketing viral, buzz, web 2.0, Blog, e-mailings et e-newsletters, réseaux sociaux

4. Stratégie search marketing et référencement

- Les fondamentaux du référencement naturel et payant
- Le choix des mots clés : stratégie de contenu et validation
- Impact sur la rédaction des textes web.

5. Repérer les enjeux des réseaux et médias sociaux

- Cartographie des médias sociaux, blogs et forums
- Stratégies et actions marketing sur les médias sociaux
- Instaurer un marketing participatif et une relation de confiance via les médias sociaux
- Mesurer la performance du web marketing

6. Mesurer la performance de vos campagnes et évaluer le retour sur investissement

- Mesurer la transformation visiteur/client : indicateurs classiques et post-clics
- Collecter de l'information et segmenter sa base de données
- Mise en place de programmes de fidélisation en ligne

7. S'initier au RGPD

- Identifier les données personnelles
- Gestion des données personnelles : CRUD (Create, Read, Update, Delete)
- Sécurisation des données personnelles