



PROGRAMME DE FORMATION

En présentiel

À distance

3 jours

INTEGRER LE WEB MARKETING DANS SA DEMARCHE COMMERCIALE

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

- Audit, questionnaire individuel de recensement des besoins
- Les apports théoriques et méthodologiques seront illustrés par de nombreux exercices pratiques et mises en situation
- Échanges basés sur la pratique professionnelle des participants
- Mises en situation sur des cas proposés par les participants, analyse de situation pour permettre l'appropriation des méthodes et des outils
- 30 % de théorie, 10 % de démonstrations et 60 % de travaux pratiques
- 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
- En option : certification TOSA
- Eligible au CPF
- Certification : 551 pts/1000 minimum
- Attestation : En dessous de 551pts/1000

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.Utiliser les compositions

- 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.Manipuler du texte

- 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.Organiser vos pages

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

4.Utiliser des objets

- 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.Utiliser des objets

- 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.Utiliser des objets

- 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