



Les fondamentaux du Webmarketing

Le web au service du marketing



14 heures
2 jours



Lieu de formation
Dans votre entreprise.
Au centre de formation.



Pour qui ?

- ▶ Responsable marketing, chef de produits, chef de projets e-marketing, cadre commercial.
- ▶ Webmaster en prise de fonction.



Prérequis

- ▶ Cette formation ne nécessite pas de prérequis.



Objectifs

- ▶ Acquérir une vision et une approche opérationnelle du webmarketing.
- ▶ S'approprier la démarche et les outils pour définir une stratégie webmarketing.
- ▶ Intégrer les leviers d'une stratégie de référencement (SEM, SEO, SEA). Connaître le panorama des réseaux sociaux pour développer sa présence.



Enjeux

- ▶ Acquérir les fondamentaux.



Points forts de la formation

- ▶ Une mise à jour régulière : les exemples et apports tiennent compte de l'actualité du webmarketing.
- ▶ Une formation concrète : échange d'expériences, visites de sites, analyses et études de cas.



Une formation sur mesure

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :

Le lieu de formation : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.

Le contenu : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.

Tarif : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.

Délais : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.

Handicap : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

Contactez-nous :



contact@possibility.fr



www.possibility.fr

Réf : FMK-06-0

Découvrez le programme
de formation générique 



Programme

1^{ère} étape : Principes et enjeux de la stratégie marketing digital

- ▶ Évolution des technologies et des usages : CX et UX design, objets connectés, big data, chatbots, ...
- ▶ Comportements des internautes et mobinautes : revisiter les segmentations classiques.
- ▶ Rôle et missions du responsable webmarketing.
- ▶ Stratégies marketing digital : inbound marketing et brand content.

2^{ème} étape : Les clés de la stratégie webmarketing

- ▶ L'E-mix marketing.
- ▶ Les clés d'une stratégie marketing digital : transparence, interactivité, géolocalisation.
- ▶ E-réputation et identité numérique : clé de la stratégie de la marque digitale.
- ▶ Enjeux du cross canal : clé des stratégies de conversion et de fidélisation.
- ▶ Google Analytics et l'analyse d'audience : tableau de bord, indicateurs et ROI.

3^{ème} étape : Marketing des moteurs de recherche

- ▶ Le référencement naturel (SEO), le référencement payant Adwords (SEA).
- ▶ Méthodologie pour optimiser son référencement sur les réseaux sociaux (SMO).
- ▶ Piloter et challenger ses prestataires internes et externes.

4^{ème} étape : Utiliser les médias sociaux pour mieux communiquer

- ▶ Des usages spécifiques : cartographie des médias sociaux.
- ▶ Convergence des médias : stratégies et actions marketing sur les médias sociaux.
- ▶ Développer le relation client via les médias sociaux.
- ▶ Réseaux sociaux professionnels : opportunités B to B.