



# 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](mailto:contact@possibility.fr)



[www.possibility.fr](http://www.possibility.fr)



## Programme

### **1<sup>ère</sup> 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<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> 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.