

Webmarketing

Réf. : FT-WEB-WMKT-AL

Durée : 2 jours

Objectifs : Savoir intégrer Internet dans sa stratégie Marketing / Elaborer, construire et se développer sur Internet / Identifier et utiliser les leviers Webmarketing / Apprendre à communiquer efficacement avec son site Internet / Découvrir les notions de Webmining, SEM, Affiliation, etc.

Public : Webmasters, responsables marketing ou communication.

Pré-requis : Maîtriser l'environnement Windows. Avoir une utilisation d'Internet et connaître les principes de base de la navigation sur le web. Posséder un site Internet ou un cahier des charges en vue d'un projet de création d'un site web. Notions de la création de sites Internet.

Méthode pédagogique : Formation pour maîtriser les grands principes du Webmarketing pour faire de son site Internet un outil de développement commercial, en groupe avec un formateur. L'échange est favorisé et encouragé par des temps de synthèse et de question réponse. Alternance théorie et pratique.

Accompagnement possible dans la création des comptes d'outils Webmarketing. Audit possible des objectifs de chaque participant pour le choix d'une formation supplémentaire en e-marketing de 1 ou 2 jours.

1. INTRODUCTION

- Le contexte.
- Présentation de la formation.

2. PROBLÉMATIQUE

- Qu'est-ce que le Webmarketing ?
- Les problématiques.
- Les objectifs du Webmarketing.

3. RECRUTER DES CLIENTS OU DES VISITEURS SUR LE WEB

- Le référencement.
- La publicité.
- Les sites spécialisés.
- L'affiliation-retargeting.
- Les forums de discussion.
- Le Search Engine Marketing (SEM) : Google Adwords, Bing, Yahoo Search Marketing.

4. ETUDE DE CAS : SITE BTOC

5. BIEN COMMUNIQUER AVEC SES INTERNAUTES

- Définir ses objectifs.
- Elargir sa culture produit.
- Identifier ses visiteurs.
- Faciliter le contact.
- Adapter son contenu.
- Personnaliser le contenu.
- Soigner la navigation.

6. ETUDE DE CAS : SITE DE COMMERCE EN LIGNE

7. FIDÉLISATION D'INTERNAUTES

- L'interactivité.
- Les mailings.
- Les blogs.
- Le parrainage.
- Les newsletters.
- Partenariats.

8. ANALYSE DE SITE : WEBANALYTICS / WEBMINING

- Les différents types d'outils d'analyse.
- Les outils de Webmining.
- Présentation des outils de suivi du trafic (webanalytics).
- Quels enseignements tirer du Webmining ?
- Définition du Webmining.

9. GESTION DE PROJET DE WEBMARKETING

- Inverser le processus de visite.
- Un projet dans le projet Webmarketing : la veille concurrentielle.
- Méthodologie.

Webmarketing

Réf. : FT-WEB-WMKT-AL

Durée : 2 jours

10. MISE EN PRATIQUE I : CRÉATION D'UNE CAMPAGNE DE PUBLICITÉ ADWORDS

- Définition du Search Engine Marketing (SEM).
- Présentation des outils SEM : SEO+ SEA.
- Principes de fonctionnement des campagnes : CTR, enchères, mots clés, ...
- Définir les objectifs de sa campagne.
- Définir la cible de sa campagne.
- Identifier les pages cibles de son site.
- Recenser les mots-clés de sa campagne.
- Fixer une période, un budget global, un budget journalier.
- Définir ses affichages.
- Lancer et suivre sa campagne.

11. MISE EN PRATIQUE II : CRÉATION ET ENVOI D'UNE NEWSLETTER

- Définition des objectifs de la newsletter.
- Définition de la cible de la newsletter.
- Trouver des bases d'emails.
- Créer une newsletter HTML.
- Outil d'envoi de newsletters.
- Créer une campagne e-mailing.
- Consulter les statistiques.

12. EVOLUTION DU WEBMARKETING

- Création de communautés.
- Mobile Marketing.
- Vidéos.
- Diffusion des offres.

13. EN CONCLUSION

- La direction du Webmarketing : Le one to one.
- Questions/Réponses.