

Introduction au Webmarketing

Réf. : FT-WEB-IWMK-AL

Durée formation : 1 jour - 7 heures

Objectifs : Intégrer avec succès la communication électronique dans la stratégie Marketing de l'entreprise ; tirer profit des possibilités offertes par le réseau Internet ; acquérir une culture Internet de la vente ; fidéliser les internautes.

Public : Responsable d'entreprise ou de communication ou marketing, webmasters.

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 sous forme de découverte des fondamentaux du e-marketing pour rentabiliser son investissement et faire de son site web 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. Les apports méthodologiques sont illustrés d'exemples puis concrétisés à partir d'une recherche collective sur l'application possible en situation.

Déroulement de la formation : Mise à disposition d'une salle de formation équipée d'ordinateurs, licences à jour, de vidéo-projecteur, de tableau blanc. Accueil du/des stagiaire(s) 15 minutes avant le démarrage de la formation autour d'un café.

Suivi : **Avant la formation**, le participant est invité à compléter un **questionnaire d'évaluation avant formation**. Il pourra être audité par le formateur et/ou le conseiller commercial. **En début de formation**, le participant est invité à exprimer ses attentes afin de valider l'adéquation entre les objectifs individuels et de formation. Ces attentes seront reprises lors de la séquence d'évaluation de la formation pour relever, en tour de table, le niveau d'attente exprimé par le participant ainsi que sa satisfaction vis-à-vis du contenu et du déroulement de la formation. Une **fiche d'évaluation «à chaud»** sera remplie par le stagiaire. Un **compte-rendu de formation** sera rédigé par le formateur à l'issue de la formation. **A l'issue de la formation**, possibilité d'audit des objectifs de chaque participant pour le choix d'une formation e-marketing spécifique et adaptée de 1 ou 2 jours. Une **fiche de suivi «post-formation»** sera remplie par le stagiaire 3 mois après la formation afin de vérifier l'utilité de celle-ci.

Moyen de suivi de la formation : Emargement.

Évaluation des acquis : Réalisation d'un exercice pratique reprenant les notions abordées lors de la formation et/ou d'un quizz.

Validation : Une attestation de fin de formation sera remise à l'issue de la formation.

Certification : Questionnaire en ligne intégrant QCM et exercices pratiques en condition d'examen en fin de formation (en option, + 1h15). **Éligible CPF** : Oui.

1. MAÎTRISER LES DIFFÉRENTES FONCTIONS D'UN SITE WEB

- La présentation de l'entreprise :
 - Fonction corporate, le site institutionnel.
 - La présentation de la marque, de ses produits.
- La promotion :
 - Ventes directes et indirectes.
 - L'ouverture de nouveaux marchés.

2. CONNAÎTRE LES CONTENUS QUI RETIENNENT L'ATTENTION DES INTERNAUTES

- Les bons contenus rédactionnels et graphiques.
- Les solutions de vente sur Internet.
- Le merchandising et la PLV en ligne.
- Les fonctions de personnalisation.
- L'Internet participatif.
- Les offres promotionnelles pour fidéliser.

3. ÉLABORER DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

- Les spécificités du Marketing Internet.
- La fixation d'objectifs de communication on-line.
- La complémentarité des canaux : relais off line - online.
- L'application des recommandations.

4. UTILISER LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION INTERACTIVE

- Le référencement (étapes, outils).
- Les liens sponsorisés.
- Le netlinking.
- L'affiliation.
- La publicité en ligne :
 - Solutions et formats publicitaires.
- L'e-mail Marketing :
 - Usages, techniques, formats.
- Le Marketing viral :
 - Principes, supports.

Introduction au Webmarketing

Réf. : FT-WEB-IWMK-AL

Durée formation : 1 jour - 7 heures

5. GÉRER LE SITE ET SUIVRE VOS CONTACTS

- La mesure d'audience :
 - Objectifs, techniques, analyse.
- L'optimisation de la gestion des e-mails (entrants/sortants).
- L'outsourcing comme solution.
- Les types d'outils et prestataires.
- Les supports de vente :
 - Documentation, catalogue, mot de passe, confirmation de commande.
- Le retour sur investissement (ROI).

6. CERTIFICATION ET CODE CPF (EN OPTION)

- Cette formation prépare à la Certification.
- Code correspondant sur le site officiel du CPF : www.moncompteformation.gouv.fr.