

STRATEGIE WEB MARKETING

PUBLIC CONCERNE

Toute personne désirant intégrer les nouveaux outils webmarketing dans ses actions de communication et de marketing.
Définir sa stratégie marketing en ligne.
L'accès à cette formation, pour les personnes en situation de handicap, est facilité.

PREREQUIS

Bonne pratique d'Internet.

DURÉE ET MODALITES D'ORGANISATION

1 jour – 7 heures (8h30-12h / 13h30-17h) +
1 jour, 7 heures d'ateliers pour les participants concernés. En présentiel.

Dates en continu ou discontinu selon le calendrier à consulter sur notre site

EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION

Attestation individuelle de fin de formation comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur.
Bilan qualitatif de fin de stage permettant de mesurer la satisfaction du stagiaire sur les qualités pédagogiques, l'organisation ainsi que sur l'atteinte de ses objectifs.

MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

La formation est animée par un professionnel confirmé qui alterne apports théoriques et mise en pratique individuelle. Le nombre de participants par session est limité, ce qui assure un suivi personnalisé et une optimisation des acquis. Chaque participant dispose d'un ordinateur récent, d'une connexion Internet haut débit et d'une imprimante réseau. Remise d'un support de cours adapté.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de la formation, le stagiaire doit être capable d'intégrer les nouveaux outils de webmarketing dans ses actions de communication et de marketing. Définir sa stratégie Marketing en ligne.
L'acquisition de ces compétences est évaluée par le formateur tout au long de la formation par des exercices de mise en pratique immédiate.

QUALITÉ DES FORMATEURS

Formateurs professionnels expérimentés
(voir l'équipe pédagogique sur notre site)

LIEU DE LA FORMATION

Formation réalisée au centre de formation :
3 Bd de Clairfont, Naturopôle, Bât. H 66350 Toulouges

PROGRAMME DÉTAILLÉ :

*Comment intégrer les nouveaux outils de webmarketing dans vos actions de communication et marketing ?
Apprendre à définir sa stratégie Marketing en ligne.*

L'EMAIL MARKETING :

- Comprendre les enjeux de l'email marketing
- Les bonnes pratiques
- Obtenir de nouveaux clients grâce à l'email marketing, pourquoi ? comment ?
- Solutions gratuites et payantes

LA PUBLICITE EN LIGNE :

- Un panorama de la publicité en ligne en France
- Quels sont les principaux formats de bannières ?
- Qu'est-ce qu'une annonce « Rich média » ?
- Un nouvel eldorado pour les annonceurs : la publicité vidéo
- Un panorama des régies publicitaires
- La publicité en ligne avec les Facebook Ads / LinkedIn DirectAds

LE REFERENCEMENT PUBLICITAIRE :

- Les plates-formes les plus populaires en France
- Présentation de Google AdWords
- Comment fonctionnent les liens contextuels ?
- Réseau de recherche vs. Réseau Display
- Le ciblage par emplacements
- Les annonces illustrées : techniques et bonnes pratiques
- Comprendre l'importance cruciale des « Landing pages »

RESEAUX SOCIAUX :

- La force de l' « User Generated Content »
- Les commentaires en ligne et les avis des internautes
- Développer les interactions utilisateurs avec les forums
- Utiliser les blogs
- Se faire connaître grâce aux newsgroups
- Réseaux sociaux : états des lieux et stratégies à adopter
- Facebook : quelles opportunités pour l'entreprise
- Les réseaux sociaux professionnels : Twitter, LinkedIn...
- Les sites de partages en ligne : vidéos, images...