

Objectifs

Connaitre l'ensemble des outils du web marketing. Savoir mettre en place une stratégie web marketing. Comprendre les clés et les règles du web marketing.

Participants

Tout public voulant augmenter sa visibilité et générer du trafic sur son site

Prérequis

Maîtriser l'environnement Windows et/ou mac.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en œuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Évaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Les stratégies de communication sur Internet

Les stratégies B2B et B2C sur Internet

Les outils du Web 2.0

Connaître les médias sociaux

Des mass media au marketing conversationnel

Community management : animer une communauté

S'appuyer sur les influenceurs et les blogs

Marketing Viral et du Guerilla marketing

Créer le Buzz / Outils et mécanismes viraux

Protéger la e-réputation de sa marque

Marketing vidéo

Marketing mobile

Les nouveaux canaux de communication

Comprendre le web marketing et ses stratégies



2 jours - 14 heures

Code formation : WBMA110

www.adhara.fr

Construire son plan e-marketing

Auditer sa présence sur Internet

Connaître son marché / Surveiller la concurrence

Connaître son public, ses prospects, sa clientèle

Mesure et analyse du trafic et du retour sur investissement

De l'analyse des données à la prise de décision

Ergonomie et webdesign, les bases du marketing sur Internet

Construire sa stratégie d'acquisition

Définir sa stratégie de référencement

Mettre en place une campagne d'e-publicité : affiliation, display, liens sponsorisés

De la publicité contextuelle au ciblage comportemental