



CONCEVOIR UNE STRATEGIE WEBMARKETING PERTINENTE ET EFFICACE

Objectifs : Comprendre l'écosystème et les enjeux du marketing digital. Construire et déployer un plan webmarketing efficace

Durée :
21 heures

Public & Pré-requis :

Tout public
Maîtriser Windows et internet

Modalités pédagogiques :

Méthode interactive.
Exercices d'application

Modalités de suivi :

Attestation de fin de Formation.
Evaluation

Profil formateur :

2 à 3 ans d'expérience mini dans le domaine. Et professionnels en poste dans le domaine enseigné

1. Panorama du Webmarketing

- Enjeux du marketing digital
- Chiffres clés
- Cas pratiques
- Décryptage des usages et comportements des consommateurs à l'heure du digital.
- Benchmark sectoriel de transformations digitales réussies

2. Construire une stratégie webmarketing

- Mettre en place une veille stratégique et concurrentielle.
- Analyser votre environnement avec la matrice SWOT.
- Définir vos objectifs avec la méthodologie SMART.
- Identifier vos personas avec la carte d'empathie.
- Cas pratiques & Mise en situation
- Construire l'e-marketing mix d'une marque/entité.

3. Outils du webmarketing

- Le site internet.
- Le référencement naturel et payant.
- L'emailing marketing.
- Les réseaux sociaux.
- Cas pratiques & Mise en situation
- Réaliser l'audit SEO d'un site internet.
- Créer des zonings et un cahier des charges pour optimiser les pages produits d'un site internet

4. Activer une stratégie webmarketing

- La méthode AIDA.
- La cartographie du parcours client.
- L'entonnoir de conversion.
- Cas pratiques & Mise en situation
- Construire un plan d'action webmarketing efficace

5. Mesurer et optimiser la performance d'une stratégie webmarketing

- Les indicateurs clés de performance.
- La méthodologie Test, Learn & Adapt : tester, apprendre et s'adapter.
- Cas pratiques & Mise en situation
- Calculer le ROI d'une campagne webmarketing.