

Stage pratique de 2 jour(s)
Réf : EMC

Participants

Directeurs, responsables commerciaux, responsables et collaborateur des services marketing.

Pré-requis

Aucune connaissance particulière.

Prix 2020 : 1440€ HT

Dates des sessions

CLASSE A DISTANCE

17 déc. 2020, 01 mar. 2021
30 août. 2021

PARIS

17 déc. 2020, 01 mar. 2021
20 mai 2021, 30 août. 2021

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser (50 à 70% du temps).

Compétences du formateur

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

Moyens pédagogiques et techniques

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

• A l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui

Webmarketing : augmenter la visibilité de son site Web

La maîtrise des techniques de Web marketing devient stratégique pour augmenter la visibilité d'une entreprise. Ce stage vous montrera comment les utiliser au mieux et vous présentera une approche efficace pour générer du trafic sur votre site Web.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Comprendre les évolutions du e-marketing
Définir une stratégie de marketing digital
Piloter ses actions e-marketing
Générer du trafic vers son site Web
Maîtriser les différents leviers pour optimiser votre visibilité en ligne

1) E-marketing : définitions et enjeux

2) L'internaute au cœur de la stratégie e-marketing

3) Lancer sa stratégie e-marketing

4) Promouvoir son site

5) Mettre en oeuvre des techniques e-marketing efficaces

6) Piloter votre stratégie e-marketing

1) E-marketing : définitions et enjeux

- Le développement du e-business.
- Les enjeux de l'e-marketing pour le e-commerce.
- POEM : les 3 axes de l'e-marketing.
- L'impact des réseaux sociaux.
- L'essor du m-commerce.

Echanges

Les enjeux de l'e-marketing pour votre entreprise.

2) L'internaute au cœur de la stratégie e-marketing

- L'impact de l'e-réputation sur l'e-commerce.
- L'identification des comportements types des internautes.
- L'analyse des attentes de l'internaute et du smartphonaute.

Travaux pratiques

Identification d'un persona pour votre site e-commerce.

3) Lancer sa stratégie e-marketing

- Connaître les différentes étapes de la mise en place d'une stratégie digitale.
- Définir le positionnement de sa communication e-marketing.
- Valoriser ses atouts distinctifs : valeurs, qualité, originalité...
- Coordonner sa stratégie avec sa communication institutionnelle.
- Penser sa stratégie à l'heure du mobile first.

Travaux pratiques

Analyse de contenus de marque e-commerce.

4) Promouvoir son site

- Identifier les influenceurs sur les réseaux sociaux.
- Déterminer le contenu à partager.
- Viser le buzz marketing.
- Les principes clés des relations presse online.
- Echanger des liens : partenariat et affiliation.

Travaux pratiques

Utilisation d'outils pour rechercher des influenceurs, sélection de contenu à partager...

5) Mettre en oeuvre des techniques e-marketing efficaces

- Le référencement naturel et Adwords.
- La publicité pour attirer les prospects.
- Le retargeting pour mieux convertir.
- Repenser l'e-mailing et la collecte des données.
- Coupler l'e-commerce au social-commerce.
- Les atouts du m-marketing et de la géolocalisation.
- Le searchandising : optimiser son moteur de recherche interne.

Travaux pratiques

Sélection d'actions e-marketing et élaboration d'un plan d'actions.

est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

6) Piloter votre stratégie e-marketing

- Piloter une campagne e-marketing.
- Faire un retour sur ses objectifs des campagnes.
- Aller au-delà du taux de conversion.
- Connaître les KPI spécifiques pour les réseaux sociaux.

Travaux pratiques

Construction d'un tableau de bord avec les KPI les plus pertinents.