

Stage pratique de 2 jour(s)

Réf : WMA

## Participants

Directeurs et responsables marketing ou e-commerce, responsables commerciaux, responsables et chargés de communication, chefs de produits.

## Pré-requis

Connaissance des fondamentaux du marketing digital.

Prix 2020 : 1440€ HT

## Dates des sessions

### CLASSE A DISTANCE

14 déc. 2020, 04 mar. 2021  
20 sep. 2021

### PARIS

04 mar. 2021, 20 sep. 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

# Webmarketing, perfectionnement

*Le Webmarketing s'enrichit continuellement de l'apport des nouvelles technologies digitales aux techniques marketing déjà reconnues. Cette formation pratique vous permettra d'appréhender les évolutions les plus récentes en ce domaine et d'optimiser ainsi votre stratégie de marketing digital.*

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Maîtriser les nouveaux leviers de création de trafic  
Tirer parti des nouvelles techniques de marketing digital  
Anticiper les évolutions probables du Webmarketing

- [1\) Utiliser de nouveaux leviers de génération de trafic](#)
- [2\) Acquérir et fidéliser ses clients](#)
- [3\) Optimiser sa stratégie marketing Mobile](#)
- [4\) Anticiper les évolutions du e-commerce](#)

## 1) Utiliser de nouveaux leviers de génération de trafic

- SEO (Search Engine Optimization) : principes fondamentaux, bonnes pratiques et techniques avancées.
- SEA : optimiser l'utilisation des liens sponsorisés et de Google Adwords.
- Facebook ads : bâtir des campagnes ciblées, économiques et efficaces.
- Utiliser l'affiliation, une opportunité pour l'e-commerçant.
- Investir les marketplaces : exemples et bonnes pratiques.
- Optimiser ses mailings et mettre en places des call-to-action efficaces.
- Repérer et identifier les blogueurs et les influenceurs.

### Travaux pratiques

*Optimiser son site Web pour le SEO, réaliser une campagne Facebook Ads et un mailing efficace.*

## 2) Acquérir et fidéliser ses clients

- Améliorer la connaissance de ses clients avec l'e-CRM et le Social CRM.
- Utiliser le marketing prédictif et le marketing Automation.
- Promouvoir son offre avec le marketing tribal et la création de valeur.
- Maîtriser les enjeux du content management.
- Optimiser son écriture Web et introduire du storytelling.
- Utiliser des vidéos et mesurer leurs impacts sur les performances e-commerce.

### Etude de cas

*Exemples de réussites de stratégie Webmarketing : Amazon, Zappos, Tom's Shoes, Old Spice...*

## 3) Optimiser sa stratégie marketing Mobile

- M-commerce : état des lieux et chiffres-clés.
- Comprendre les enjeux des Apps et du Responsive Design.
- Découvrir les nouvelles opportunités du SMSing.
- Intégrer le geofencing et la géolocalisation dans sa panoplie.
- Découvrir les applications de l'IoT (Internet des objets).

### Démonstration

*Démos d'applications utiles et performantes.*

## 4) Anticiper les évolutions du e-commerce

- Se familiariser avec les nouveaux systèmes de paiement.
- Intégrer des "bots" dans son dispositif de relation-client.
- Imaginer les points de vente de futur : l'e-shop in shop...
- Découvrir l'apport des nouvelles expériences sensorielles : réalité virtuelle, réalité augmentée...
- Comprendre les perspectives offertes par l'IA (Intelligence Artificielle) pour l'e-commerce.

### Etude de cas

*Exemples de Bests practices : Decathlon, Amazon Go...*

d'évaluation du cours qui 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.