

ÉLABORER ET METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE WEBMARKETING EFFICACE

Digital Web Marketing



OBJECTIFS

- Analyser objectivement la présence de son entreprise sur le digital
- Identifier les leviers de communication digitaux les plus pertinents selon vos objectifs
- Concevoir une stratégie de communication digitale
- Évaluer les indicateurs de performance (KPI) des campagnes digitales et mesurer leur impact



PROGRAMME

Rappel des fondamentaux du marketing digital

- Définitions clés : SEO, SEA, SMO, emailing, content marketing...
 - Les enjeux stratégiques : visibilité, notoriété, génération de trafic, conversion
 - Panorama des canaux digitaux : site web, réseaux sociaux, moteurs de recherche, etc.
- Activité : Quiz interactif et cartographie des pratiques actuelles des participants*

Connaître sa cible, le contexte de développement et ses objectifs

- Établir un SWOT
- Définir ses objectifs à court et long terme
- Connaître sa cible et son client idéal (persona)

Les leviers de la communication digitale :

- Site Internet - Blog - SEO / SEA - Réseaux sociaux - Display - Campagne d'influence
- E-mailing

Cas pratique : Audit rapide de son propre site ou d'un site fictif

Concevoir sa stratégie digitale

- Identifier les leviers webmarketing efficace pour son entreprise - Arbitrer le budget sur chacun des leviers - Élaborer un planning stratégique
- Atelier : Élaboration d'un mini-plan de communication digitale*

Suivre les performances de ses actions digitales

- Définir les indicateurs de performance pour évaluer l'impact des campagnes
 - Mesurer la performance des campagnes au moyen d'outils d'analyse
 - Décrypter les KPI pour optimiser les campagnes.
- Atelier pratique : Création d'un tableau de bord*

Synthèse et plan d'action

- Cas pratique global : analyser un site et proposer des pistes d'optimisation
- Plan d'action individuel pour améliorer sa visibilité et suivre ses résultats

LE PARCOURS DE FORMATION

Présentiel Distanciel Intra-entreprise Inter-entreprises One to one Duo

- **Modalités pédagogiques :** Alternance d'apports théoriques et de mises en application, pédagogie différenciée et individualisée, remise de supports de cours, atelier pratique.

- **Modalité d'évaluation :** Quiz de connaissance - La mise à l'épreuve réelle



Attestation de compétence

Réf: DDF1



DURÉE

2 jours



PRÉREQUIS

Connaissances en marketing et internet



TARIFS

À partir de 644€ HT/stagiaire



INTERVENANT

Formation assurée par un professionnel de la Communication Digitale



PUBLICS

Chef de produit, chef d'entreprise, Community manager, Webmaster, Commercial, Web designer, ...



Les + !

> Cette formation vous permettra d'élaborer une stratégie de communication digitale !