

Le WebMarketing (également appelé marketing digital) se définit par l'ensemble des techniques marketing que vous pouvez mettre en œuvre sur Internet, afin de gagner en visibilité, générer du trafic sur votre site, obtenir la conversion de visiteurs en clients ainsi que la fidélisation de ces derniers.

Objectifs

- Connaître les techniques de génération de trafic et de conversion.
- Bâter et déployer une stratégie webmarketing.
- Augmenter la notoriété de votre marque et de votre site.
- Augmenter le trafic de votre site web.
- Fidéliser vos clients.
- Mesurer l'impact des campagnes « on-line ».
- Acquérir des outils et méthodes pour développer sa présence sur les médias sociaux.

Participants

Responsable webmarketing, Responsable marketing digital, fonctions marketing et commerciale évoluant vers un poste de responsable webmarketing.

Prérequis

Savoir utiliser les fonctionnalités de base des moteurs de recherche. Se munir d'un ordinateur portable.

THEMES TRAITES

Définir le profil d'un bon web marketeur

- Repérer les qualités et les connaissances à développer.
- Comprendre les missions.
- Connaître les leviers du web marketing.

Choisir le référencement naturel (SEO)

- Comprendre le fonctionnement.
- Mettre en place les bonnes pratiques (url optimisés, choix des mots clés, balises optimisées...).
- Savoir rédiger pour le web

Choisir le référencement payant (SEA)

- Comprendre le fonctionnement (enchère, niveau de qualité...)
- Savoir : quels mots clés acheter, comment cibler ...
- Utiliser Google Ads

Faire de la publicité Display

- Définir et comprendre le fonctionnement des campagnes display avec Google Ads.
- Réaliser des campagnes Display avec Google Ads.

- Réaliser des campagnes sur Youtube avec Google Ads.
- Connaître les régies locales.

Utiliser l'e-mail marketing

- Collecter légalement des adresses (opt-in/ opt-out).
- Connaître les règles à respecter (format, ratio image/texte...)
- Optimiser son email marketing (accroche, personnalisation, ...).
- Découvrir les solutions d'envois.
- Evaluer les performances d'une campagne d'email marketing.

Intégrer les réseaux sociaux

- Connaître les bonnes pratiques sur Facebook
- Créer une publicité sur Facebook (étape par étape).
- Comprendre les usages BtoB sur LinkedIn
- Tirer parti d'instagram
- Découvrir : Pinterest, Snapchat & TikTok

Moyens et méthodes pédagogiques

En Présentiel :

Salle de formation, vidéo projection, un support de formation sera communiqué à l'ensemble des participants résumant l'intégralité de la formation suivie.

Les techniques d'animation seront actives et se baseront sur des cas concrets apportés par le formateur et/ou les participants. Elles alterneront les apports de connaissances, des exemples réels (situations rencontrées par les participants ou le formateur). Les participants travailleront sur des études de cas pratiques et des mises en situation.

En Distanciel :

Les sessions en distanciel se déroulent sur le logiciel CISCO WEBEX (validé par le SILL -socle interministériel des logiciels libres) sur un serveur dédié. Les classes virtuelles sont supervisées par notre équipe digitale, pour accompagner les participants.

Les fondamentaux du web marketing

Via le potentiel des outils du logiciel, la pédagogie sera active et ludique. Les participants pourront travailler par groupe ou sous-groupe dans des salles séparées. Les documents peuvent être partagés et interactifs pour une animation vivante et stimulante.

En Live :

Formation se déroulant dans nos locaux en présentiel, sur un écran Multifonctions de communications (MFC). Cette modalité est proposée afin de garder les bénéfices de la formation présentielle, tout en ayant un formateur à distance. Cela offre la possibilité également d'intégrer des participants à distance dans une formation en présentiel. La borne interactive permet un affichage dynamique et une meilleure fluidité et cohérence dans les échanges. C'est un outil complet qui permet au formateur d'offrir une formation présentielle enrichie d'interactivités digitales.

Evaluations

Tout d'abord, un **questionnaire de préformation** sera remis au candidat avant le démarrage de la formation. Le formateur évaluera les connaissances et compétences de chaque apprenant et réajustera ses modalités pédagogiques aux besoins. Une **évaluation sommative** clôturera la formation afin de vérifier la bonne acquisition des objectifs de stage. De plus, une **évaluation de satisfaction à « chaud »** puis **une à « froid »** à 2 mois seront à compléter par le participant pour nous faire part de son retour quant à la formation et à la mise en pratique des acquis dans son quotidien professionnel. Par ailleurs, les évaluations seront transmises à travers un lien ou un QR code qui redirigera vers la plateforme « Drag'n Survey ». Cela nous permettra de réaliser des analyses de satisfaction ou d'obtention des résultats, de statistiques, de graphiques etc... en temps réel.

Intervenante :

Formatrice en marketing, web marketing & réseaux sociaux. Prestataire de services en marketing & digital depuis 6 ans. Titulaire d'un Master en marketing et d'un titre de chef de projet digital.

Modalités et délai d'accès :

Pour toute inscription, contactez nos conseillers qui vous accompagneront (conseil@sesame-formation.re) / 02.62.22.02.02

Aucun délai n'est requis.

Durée : 2 jours, soit 14 heures de formation.

Lieu et date(s) actualisé(s) : cf site web : www.sesame-formation.re

Coût HT : 1 190€ HT par participant en Inter-entreprises. Nous consulter pour les tarifs en Intra-entreprise.

Accessibilité : Nos salles, ainsi que celles de nos partenaires sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Nos logiciels distanciels offrent également des outils qui permettent de répondre à vos besoins. Pour toute demande, nous vous invitons à contacter nos 2 référents Handicap.

Programme mis à jour en novembre 2021.