

		ps9-conseil.com	<p align="center">Formations Web & réseaux sociaux Lyon – Paris Clermont-Fd – Saint-Etienne</p>
---	--	--	--

Formation Stratégie et outils du marketing digital

Durée: 3 ou 4 jours

Objectifs

- o Maîtriser les principaux leviers et outils du marketing digital
- o Savoir définir son Plan marketing digital
- o Connaître les tendances et bonnes pratiques du domaine

Destinataires

Professionnels du marketing et de la communications - Dirigeants et responsables d'entreprise.
Professionnels souhaitant développer leurs compétences dans le webmarketing.

Pre-requis

Aucun

Programme

Panorama du domaine

Pénétration et usages d'internet
Valeur ajoutée et utilisations du marketing digital en entreprise
Les modules du web : sites web, réseaux sociaux, applis mobiles...
Quelle stratégie de présence sur internet ?
Les tendances de l'internet

Le site web

Les types de site web : vitrine ou e-commerce ?
Règles d'un site web efficace
Bonnes pratiques pour un site e-commerce
La création de trafic pour le site web

Le marketing de contenus

La mise en place d'une stratégie de contenus
Quels formats de contenus ?
Le calendrier éditorial

Le référencement naturel (SEO)

Les 5 sources de trafic pour son site web
Développer sa visibilité sur internet: moteurs, annuaires
Bonnes pratiques pour l'optimisation interne de son site
Améliorer sa popularité et sa visibilité locale

Le référencement payant

La publicité display : bannières, bandeaux, rich media
La publicité au Coût Par Clic – Google Adwords
Les tendances de la publicité online et la programmation

Promouvoir son actualité et ses événements

Les e-RP
Les sites d'actualités
Bâtir un réseau de sites partenaires

L'e-mailing

Principes d'une opération d'e-mailing
Les fichiers : internes, externes
Bonnes pratiques en matière d'e-mail marketing
Indicateurs et performances – Les tests

Les jeux-concours

Concevoir un jeu-concours – La réglementation
Promouvoir son jeu-concours

L'affiliation

Principes et bénéfices
Choisir une plateforme d'affiliation
Définir son offre et ses leviers - Les outils marketing pour l'affilié

Les réseaux sociaux

Les principaux réseaux sociaux
La valeur ajoutée des réseaux sociaux pour les entreprises – Choisir ses réseaux
Les réseaux de personnes – Facebook, Google +, Twitter
Les réseaux d'images et de vidéos - Instagram, Pinterest, Youtube
Les réseaux B to B – Viadeo, LinkedIn
Le community management et l'animation des réseaux
Exemples d'utilisation réussie par les entreprises/marques

Le marketing mobile

Développement du mobile et des écrans connectés
Concevoir une version mobile de son site web - Le web responsive
Les applis mobiles : concept, fonctionnalités, mode de diffusion
La géo-localisation et ses applications marketing

La e-reputation

Gérer sa marque, son entreprise sur le web - les outils de veille

Répondre aux critiques ou gérer un bad buzz
Définir et surveiller son image : le personal branding

Le Plan de communication Internet

Du multicanal au cross-canal

Elaboration d'un plan publi-promotionnel : Objectifs, cibles, media, supports, planning, budget, outils de pilotage

Exemples d'opérations 360°

Web et analytics

La Gestion de la Relation Client : pourquoi, comment ?

Le pilotage du webmarketing par les performances

Les solutions ciblées de monitoring

- Google Analytics

- Les outils d'analyse et de gestion : Socialmention, Hootsuite...

Méthodes pédagogiques

La formation se déroule :

= pour 2/3 sous forme d'apports théoriques, méthodologies, conseils

= pour 1/3 en cas pratiques : webmarketing appliqué au domaine de l'entreprise, benchmark d'entreprises proches, élaboration tableaux de pilotage

Fourniture de tableaux de bord et matrices (Excel, Word)