

Publics visés : Salariés souhaitant mettre en œuvre une stratégie de webmarketing dans son entreprise

Prérequis : Utilisation de l'environnement informatique et numérique (exemples : recherche internet, email)

Enseignement : En français

Durée de la formation individualisée : 7 à 77 heures

Objectifs de formation

- σ Appréhender la philosophie de construction d'un site internet, les moyens de le vendre et de le rendre visible aux différents outils du webmarketing
- σ Gérer des sites web et l'environnement digital qui les entourent
- σ Elaborer la communication adéquate à un site web

Méthodes et moyens

- σ Les méthodes utilisées sont actives, basées sur des techniques de mise en situations adaptées aux besoins et au contexte des participants
- σ Alternances des apports théoriques et/ou instrumentaux, directement utilisables dans le contexte professionnel de chacun/ des activités d'application, des mises en situation.

Evaluation

- σ Evaluation formative : tout au long de la formation
- σ Attestation de formation

Intervenant

- σ Guillaume BOUQUET, formateur spécialisé en communication digitale

Programme/contenu

Module 1 : Les fondamentaux du webmarketing- (14 H)

Découverte des enjeux du webmarketing

Approfondissement juridique et stratégique

- Identifier les enjeux du webmarketing pour son entreprise
- Évaluer le niveau de maturité de l'entreprise à engager une démarche de marketing digital

Module 2 : Le site web de l'entreprise (21h)

Les bases du fonctionnement et de la construction d'un site web

Perfectionnement : analyses, expérimentations et décisions relatives au site web

Spécificités d'un site e-commerce

- Appréhender la philosophie de construction et de fonctionnement d'un site web
- Piloter la création, ou créer tout ou partie du site web, en fonction de la complexité du projet et du niveau de départ

Module 3 : Visibilité, trafic et conversions (21h)

Le marketing pour les moteurs de recherche et la publicité en ligne -

Les autres sources de trafic et l'analyse des données

Optimiser les conversions

- Rendre visible le site web aux outils du webmarketing

- Augmenter le trafic qualifié vers le site web et les autres supports
- Améliorer les taux de conversions des différents supports de marketing digital de l'entreprise
- Choisir les actions à mettre en œuvre et prioriser leur déploiement

Module 4 : E-réputation - communiquer, animer, et produire du contenu dans l'univers digital – Durée : 2 jours

Communication, animation et relation client

Production de contenu pour les supports de communication digitale

- Gérer des sites web et l'environnement digital qui l'entourent
- Elaborer la communication adéquate à un site web
- Améliorer l'e-réputation de l'entreprise
- Animer les différents supports de communication digitale : site web, réseaux sociaux, newsletter, etc.
- Organiser la relation client digitale : mails, support client, "chat", etc.

Module 5 : Ancrage de la stratégie webmarketing - Intégration et synthèse de la formation (2 demi-journées à distance) Durée 7h réparties sur deux demi-journées de 3h30.

Synthèse et stratégie

- Définir, planifier et organiser la stratégie webmarketing et l'intégrer dans la stratégie globale

Lieu de formation : 33750 Beychac et Caillau/33330 Vignonet

Coût HT : Modalités de prise en charge selon OPCA

Dates : Sessions organisées tout au long de l'année, consultez le site www.xperta.fr

Inscription : Contactez-nous au 05.56.91.19.38 ou sur contact@xperta.fr