

Web Marketing



O bjectif

Comprendre les enjeux du Web Marketing. Avoir une bonne vision des différents outils et services de Web marketing professionnels. Concevoir un plan marketing numérique efficace.



P ublic / pré-requis

Avoir une bonne connaissance du marketing et de la navigation Web.

D urée

2 jours



P rogramme

- ⚡ Le Web Marketing en chiffres
 - ✓ Analyse des dépenses publicitaires en France par canal
 - ✓ Comparaison des coûts d'acquisition par canal
 - ✓ Le Web marketing, positionnement et évolution
 - ✓ Les fondamentaux d'un plan Web Marketing
- ⚡ L'email marketing
 - ✓ Performances de l'emailing en France
 - ✓ Emailing et objectifs marketing
 - ✓ Analyse des taux d'ouverture
 - ✓ Conquête ou fidélisation ?
 - ✓ Soigner les landing Pages
 - ✓ Les plateformes de routage professionnelles
- ⚡ La publicité sur Internet
 - ✓ Efficacité de la publicité sur Internet en France
 - ✓ Principaux formats de bannières
 - ✓ Les annonces Rich media
 - ✓ Nouvelles formes de sponsoring web
 - ✓ Les régies publicitaires
 - ✓ Publicité sur réseaux sociaux : Ads Facebook, LinkedIn
- ⚡ Le marketing viral
 - ✓ Particularités du « bouche à oreille numérique »
 - ✓ Avantages et risques
 - ✓ Bonnes pratiques
 - ✓ Quelle stratégie virale mettre en place ?
- ⚡ Réseaux sociaux et Web 2 .0
 - ✓ L'engagement des internautes
 - ✓ La gestion des commentaires et avis en ligne :
 - ✓ Soigner la e-réputation
 - ✓ Quels réseaux sociaux privilégier ?
 - ✓ Mise en place d'une stratégie réseaux sociaux
 - ✓ Les outils de « Social Bookmarking »
- ⚡ Calcul du ROI
 - ✓ Les indicateurs à mettre en place
 - ✓ Users et Site centrics
 - ✓ Les outils de Web analytics
 - ✓ Outils d'analyse comportementale
 - ✓ A quoi servent les « Web conversions »
 - ✓ Tableaux de bord de mesure d'efficacité

