Formation Webmarketing, les fondamentaux

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92 | TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07 | E-MAIL : inscription@hubformation.com

Stratégie multicanale, référencement, médias sociaux, Brand Content ou Inbound Marketing : le marketing digital ou Webmarketing offre de nombreuses opportunités de développement pour l'entreprise. Cette formation vous donnera les clés pour bien comprendre tous les éléments constitutifs du marketing digital et vous permettra de mesurer l'implication de ces différents leviers dans les performances de l'entreprise. Vous verrez également comment créer et piloter des stratégies cross-canal efficaces.

Référence	MFW
Durée	3 jours (21h)
Tarif	2 100 €HT
Repas	repas inclus

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)

du 29 sept. au 1er octobre 2025
du 19 au 21 novembre 2025

PARIS

du 22 au 24 septembre 2025
du 12 au 14 novembre 2025

VOIR TOUTES LES DATES

Objectifs

| Identifier les évolutions du marketing digital
| Mesurer les enjeux stratégiques liés au monde digital
| Identifier les principaux concepts et terminologies liés au marketing digital
| Connaître les principaux outils utilisés pour mettre en oeuvre une stratégie digitale
| Générer du trafic vers son site Web
| Connaître les indicateurs clés pour piloter sa stratégie digitale

Public

| Directeurs et responsables marketing ou e-commerce
| responsables commerciaux
| responsables et chargés de communication
| chefs de produits.

Prérequis

| Connaissance des fondamentaux du Web.

Programme de la formation

Faire un état des lieux du marketing digital et de l'e-commerce
| Comprendre l'évolution du Web : du Web 1.0 à l'Internet des objets.
| Faire un état des lieux de l'économie du Web.
| Connaître les chiffres clés et les tendances du e-commerce.
| Appréhender l'organisation de l'entreprise digitale contemporaine.
| Découvrir les différents business models du Web.
| Mesurer les enjeux du passage du monocanal à l'omnicanal.
| Assimiler les nouveaux concepts : Category Management, Trade Marketing...
| Maîtriser la stratégie POEM (Paid, Owned, Earned Media).
| Echanges Etat des lieux du Webmarketing dans les entreprises des participants.

Mettre le client au coeur de la stratégie digitale
| Comprendre les nouveaux comportements et motivations des internautes.
| Appréhender le passage du modèle transactionnel au modèle relationnel.
| Produire du contenu pour attirer le client : l'Inbound Marketing.
| Transformer le client en ambassadeur de la marque : la stratégie du Sherpa.
| Créer de nouveaux espaces stratégiques : la stratégie Océan Bleu.
| Comprendre les nouveaux enjeux de la relation client avec l'e-CRM.
| Exploiter les données clients avec la Big Data et la Smart Data.
| Faire un état des lieux des outils d'e-CRM.
| Mesurer l'impact de l'e-réputation sur l'e-commerce.
| Faciliter la prise en main par le client : les principes fondamentaux de l'UX

Design.
| Etude de cas Etude du modèle relationnel d'une entreprise de e-commerce.

Optimiser son e-communication
| Créer des personas pour identifier vos différents publics.
| Connaître les composantes de l'attachement à la marque.
| Intégrer du storytelling dans votre marketing digital.
| Comprendre les différents formats de la publicité à l'heure digitale.
| Rédiger pour le Web : les fondamentaux pour être lu et vu.
| Contrôler son image sur le Web : les différents outils disponibles.
| Identifier les différents rôles des médias sociaux pour l'entreprise.
| Mettre la communauté au service de la croissance avec le buzz marketing et le growth hacking.
| Appréhender les avantages du Picture marketing avec Pinterest ou Instagram.
| Mise en situation Elaboration d'une stratégie de buzz marketing.

Mettre en place une stratégie omnicanale efficace
| Optimiser son référencement, premier levier de croissance de l'e-commerce.
| Comprendre la formule SEM = SEO + SEA + SMO.
| Améliorer son référencement naturel.
| Utiliser efficacement Google Adwords.
| Lancer une campagne d'affiliation.
| Diversifier son Content Marketing : blogs, livres blancs...
| Utiliser le retargeting comme outil de conversion.
| Connaître les bonnes pratiques en matière d'emailing et de newsletter.
| Mettre en place des partenariats : une stratégie gagnant/gagnant.
| Générer du business dans les points de vente : Web-to-Store, Web-in-Store...

Mesurer l'apport des nouvelles technologies dans la stratégie digitale
| Faire un état des lieux de l'utilisation des réseaux sociaux.
| Choisir les réseaux selon ses objectifs.
| Faire de la publicité ciblée sur les réseaux sociaux avec Facebook Ads.
| Diffuser et propager de l'information grâce à la vidéo.
| Appréhender les enjeux du M-commerce et du M-marketing.
| Visualiser les avantages des apps et des sites responsives.
| Comprendre l'intérêt de la géolocalisation et du geofencing pour les marques.
| Mesurer les enjeux de l'Internet des Objets pour l'entreprise.
| Découvrir quelques technologies émergentes et leurs impacts sur l'entreprise de demain.

Elaborer un plan marketing digital
| Intégrer le digital dans la stratégie globale de l'entreprise.
| Définir la "Value proposition" de l'entreprise.
| Définir les objectifs : acquisition, fidélisation, image...
| Connaître les avantages et best practices des marketplaces.
| Créer un plan marketing omnicanal.
| Planifier les actions et les campagnes Webmarketing.
| Gérer les réseaux sociaux : le rôle et les outils du community manager.
| Mise en situation Elaboration d'un plan marketing multicanal.

Mesurer et analyser les performances du marketing digital
| Déterminer les Key Performances Indicators (KPI).
| Connaître le principe du tracking.
| Utiliser des outils de mesure : Google Analytics, Omniture...
| Mesurer les performances des réseaux sociaux.
| Gérer les avis, les posts et les commentaires des internautes.
| Connaître les indicateurs clés de l'e-mailing.
| Calculer le ROI de ses action (Return On Invest/Return On Influence).
| Créer un tableau de bord type du digital.
| Mesurer et analyser les performances SEO des concurrents.

Démonstration
| Utilisation de SEMRush, outil d'analyse des performances SEO des concurrents.

Méthode pédagogique

| Apports théoriques et exercices pratiques.

| Etudes de cas et retours d'expérience.
| Création d'une campagne emailing/newsletter efficace.
| Création ou optimisation de pages Facebook et LinkedIn.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

| Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
| Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
| Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
| Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
| Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
| Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
| Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
| Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
| Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité

Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.