

Augmenter la visibilité de son site internet



Ce programme vous permettra de maîtriser les différents leviers afin d'optimiser votre visibilité en ligne

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les évolutions du e-marketing
- Définir une stratégie de marketing digital
- Piloter ses actions e-marketing
- Générer du trafic vers son site Web

PROGRAMME

E-marketing : définitions et enjeux

Le développement du e-business

Les enjeux de l'e-marketing pour le e-commerce o POEM : les 3 axes de l'e-marketing

L'impact des réseaux sociaux

L'essor du m-commerce (mobile commerce)

L'internaute au cœur de la stratégie e-marketing

L'impact de l'e-réputation sur l'e-commerce

L'identification des comportements types des internautes o L'analyse des attentes de l'internaute et du smartphonaute

Lancer sa stratégie e-marketing

Connaître les différentes étapes de la mise en place d'une stratégie digitale

Définir le positionnement de sa communication e-marketing

Valoriser ses atouts distinctifs : valeurs, qualité, originalité...

Coordonner sa stratégie avec sa communication institutionnelle

Penser sa stratégie à l'heure du mobile first

Durée

35 HEURES

Tarif

1750 €

Pré-requis

Maîtriser l'interface Windows ou
MAC IOS

Maîtriser les outils bureautiques

Profil du stagiaire

Tout public

Délai d'accès

2 à 4 semaines selon
financement

Équipe pédagogique

Formateur spécialisé

Moyens pédagogiques et
techniques

-Salle dédiée à la formation

-Supports de formation

-Exposés théoriques

-Étude de cas concrets

Évaluation de la formation

-Feuilles de présence

-Questions orales ou écrites

-Mises en situation

-Questionnaires d'évaluation

-certificat de réalisation de la
formation

Augmenter la visibilité de son site internet



Promouvoir son site

Identifier les influenceurs sur les réseaux sociaux o Déterminer le contenu à partager

Viser le buzz marketing

Les principes clés des relations presse online

Echanger des liens : partenariat et affiliation

Mettre en œuvre des techniques e-marketing efficaces

Le référencement naturel et Adwords

La publicité pour attirer les prospects

Le retargeting pour mieux convertir

Repenser l'e-mailing et la collecte des données

Coupler l'e-commerce au social-commerce

Les atouts du m-marketing et de la géolocalisation

Le searchandising : optimiser son moteur de recherche interne

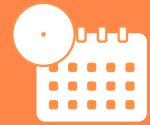
Piloter votre stratégie e-marketing

Piloter une campagne e-marketing

Faire un retour sur ses objectifs des campagnes

Aller au-delà du taux de conversion

Connaître les KPI spécifiques pour les réseaux sociaux



Mise à jour
novembre 2023



Taux de satisfaction de nos
stagiaires (mai 2023 -
novembre 2023)

88%