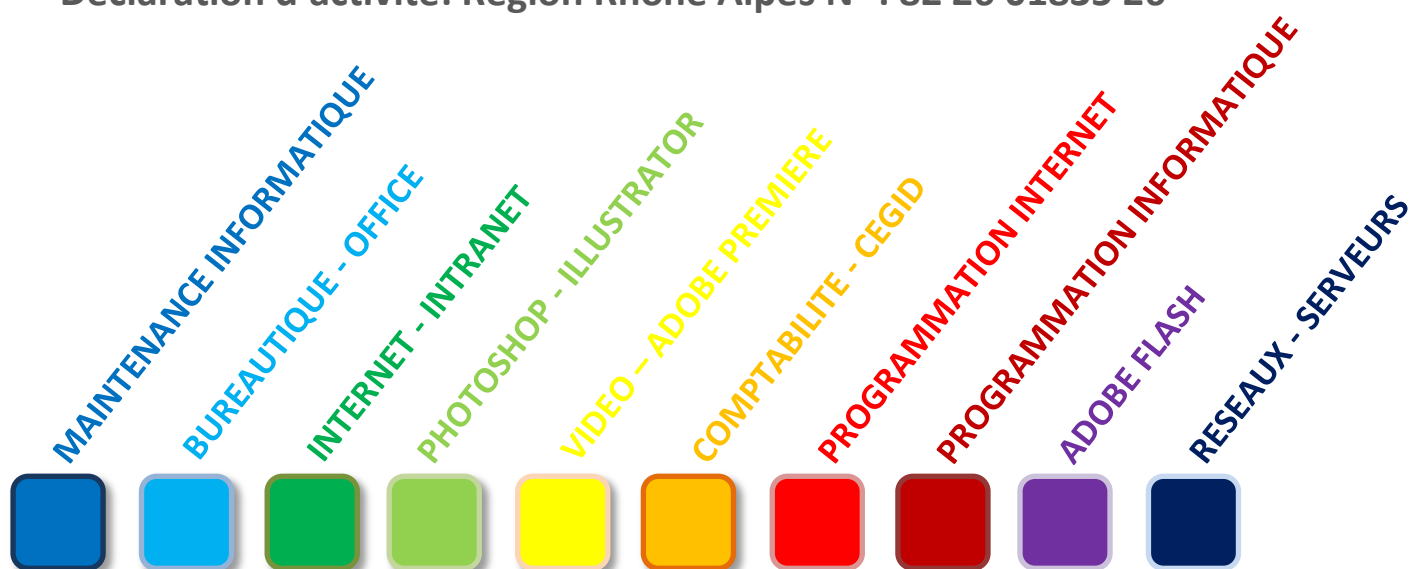


FORMATION

WEBMARKETING Niveau 2

Déclaration d'activité: Région Rhône Alpes N° : 82 26 01835 26



Préambule : La formation par TooEasy

TooEasy formation c'est ...

- Un centre de formation déclaré d'activité N°82 26 01835 26
- Une salle de formation équipée (5 postes)
- 4 personnes maximum par séance
- Un formateur à votre écoute
- Un support de cours gratuit
- Une attestation de stage en fin de formation
- Des formateurs professionnels et spécialisés chacun dans leur discipline

Quel que soit la formation que vous envisagez, nous trouverons la solution !

Hier, réservée à une certaine élite, l'informatique d'aujourd'hui s'est considérablement démocratisée. En effet, à la maison comme au bureau, l'ordinateur est devenu indispensable et accessible à toutes générations. Dans cet environnement lié aux nouvelles technologies, la formation sur les logiciels devient incontournable.

Au travers de 10 thématiques de formation, TooEasy met son expertise à votre service afin d'obtenir de réelles compétences et connaissances dans la thématique de vous avez choisie :

- Bureautique
- Maintenance Informatique
- Internet et programmation
- Infographie, Photo et vidéo

Notre mission

Former toutes les personnes, de tout âge, de tout niveau et sur tous les logiciels les plus couramment utilisés.

Les formations sont disponibles en 3 types de niveau :

- Niveau 1 : Débutant
- Niveau 2 : Averti
- Niveau 3 : Confirmé

Notre objectif

Vous formez sur des métiers liés à l'informatique et aux nouvelles technologies, atouts indispensables pour répondre aux besoins des entreprises.

Nos compétences

Notre spécialisation exclusive en micro-informatique vous garantit le savoir-faire de professionnels à votre écoute. TooEasy, exerçant également ses activités dans les solutions Internet et informatique, vos interlocuteurs sont des professionnels reconnus dans leurs spécialités qui non seulement vous forme sur les théories de leurs disciplines mais sont capables de vous apprendre les tuyaux et les ficelles permettant de gagner du temps, de maîtriser les méthodologies de travail et d'approfondir les nouvelles thématiques High Tech.

1. FORMATION WEBMARKETING

1.1. Détails de la formation

Type : Cours Présentiel + théorique

Volume horaire : 70 heures

Durée : 10 jours de 7 heures

Niveau : Niveau 1

Validation des acquis : examen théorique

Remise d'un justificatif précisant la nature, le type et la durée de formation

Prérequis : Aucun

Sessions :

Année 2014 : 24, 25 et 26 février 2014
3, 4 et 5 mars 2014
10, 11, 12 et 13 mars 2014

1.2. Objectifs

Comprendre et agir sur les enjeux de marketing par Internet :

- Les axes stratégiques du webmarketing : l'analyse de la demande, la veille stratégique, le positionnement du site, le webmarketing mix,
- La création de trafic : référencement naturel, liens sponsorisés, publicité en ligne, emailing de conquête, affiliation, adaptation des contenus générateurs de trafic, outils de marketing viral, buzz marketing, échnages de liens et partenariats, flux RSS, etc.
- L'analyse des performances : analyse de visibilité, analyse de trafic, analyse des ventes, retour sur investissement, datamining,
- La fidélisation : animation et renouvellement du contenu du site, emailing de fidélisation, création de communauté

1.3. Public

Ce stage est ouvert à toutes personnes voulant se spécialiser dans ce domaine.

1.4. Programme

Module 1 : Le Webmarketing : cerner les enjeux et perspectives (4 heures)

- Évolution des technologies et des usages : du Web 2.0 au Web 3.0 ou Web sémantique.
- Comportements et attitudes des E-consommateurs : typologie.
- Règles de protection de l'individu sur le Web.
- Les fonctions clés : Webmarketeur, traffic manager, community manager...
- Rôle et missions du responsable Webmarketing.
- Stratégies Webmarketing.
- Ergonomie d'un site Web : chek list des bonnes pratiques.

Module 2 : Référencement : définir des stratégies et solutions marketing (7 heures)

- Panorama des acteurs et des outils de recherche.
- Techniques de search marketing : SEM, SEO, SEA.
- Méthodologie pour optimiser son référencement naturel.
- Complémentarité entre SEO et liens sponsorisés.

Module 3 : E-commerce : créer du trafic et fidéliser sur Internet (7 heures)

- Les spécificités du E-commerce.
- Stratégie d'assortiment : la "longue traîne".
- Stratégie de mise en avant des produits et services.
- Stratégie de co-conception d'offres ou de services.

Module 4 : Consolider les acquis pendant l'intersession (3 heures)

- Créer son site web.
- Les 5 clés pour générer du trafic sur son site web.
- Les 4 clés pour fidéliser l'audience sur son site.
- 3 bonnes pratiques de la publicité sur mobile.

Module 5 : Le webmarketing : optimiser ses campagnes (7 heures)

- La E-communication sur Internet : éthique, réglementation, usages.
- Les leviers de la E-communication.
- Le display ou e-publicité : formats, modèles de campagne.
- Les techniques promotionnelles sur le Web : jeux, concours.
- Complémentarité des communications print et digital : cas du street marketing.

Module 6 : Lancer des applications et campagnes sur mobile et tablettes (4 heures)

- Le mobile : impact et perspectives.
- Les applications : réalité augmentée, NFC, visioconférence, géolocalisation...
- Les stratégies multi-canal (Website, mobile Website, application).

Module 7 : Piloter et gérer les campagnes multicanal (7 heures)

- Le plan E-marketing, E-communication : structure et étapes clés.
- La mesure des résultats : tracking et ROI des campagnes.
- Les facteurs clés de performance (KPI).
- Renforcer les synergies multicanal.

Module 8 : Consolider les acquis pendant l'intersession (3 heures)

- Partage de l'info avec les blogs et wikis.
- Réussir sa newsletter.

Module 9 : Comprendre les médias sociaux (7 heures)

- Le Web 2.0 et les consomm'acteurs.
- Panorama des médias et réseaux sociaux.
- Utilisation des outils du Web 2.0 : blogs, wikis, plateformes de partage, FAQ dynamiques...

Module 10 : Développer un marketing d'influence (3 heures)

- Les influenceurs ou leaders d'opinion : les identifier et les impliquer.
- E-réputation : rôle des influenceurs dans la gestion du discours de marque.

Module 11 : Créer du Buzz ou marketing viral (4 heures)

- Les objectifs du Buzz : notoriété, trafic, image, fidélisation...
- Cartographie des techniques : teasing, vidéos, jeux, concours...
- Les nouvelles technologies au service du Buzz : 3D, rich média, mondes virtuels...
- L'opération de Buzz : étapes clés, méthodologie.

Module 12 : Animer sa communauté (7 heures)

- Les 4 moments clés de la relation : Parler, Écouter, Récompenser, Associer.
- Création et animation d'une communauté : règles clés, rôle du community manager.
- Écouter sa communauté via les blogs et médias sociaux.
- Les bons outils de veille et d'animation.

Module 13 : Travaux pratiques (7 heures)

- Création d'une campagne digitale multi supports en fonction d'un site