

Attirer, conquérir et fidéliser sur Internet

Tirer profit d'Internet dans ses campagnes marketing

“Attirer et séduire encore plus de visiteurs, les inciter à acheter puis les fidéliser, tels sont les principaux objectifs de la communication sur Internet. Cette formation apporte les derniers outils pratiques et les méthodes récentes à mettre en œuvre pour communiquer efficacement sur le Web.”

Pour qui ?

- ▣ Responsable webmarketing, chargé des campagnes sur le Web.
- ▣ Chef de projet webmarketing.
- ▣ Responsable marketing et marketing opérationnel.

Objectifs

- ▣ S'approprier les nouveaux usages du Web pour communiquer avec ses clients et consommateurs.
- ▣ Tirer parti de tous les outils de promotion et de publicité sur Internet.
- ▣ Exploiter les résultats des actions sur le Web.

Programme

1_ E-communication

- Profil et usages des internautes.
- Le cadre juridique de la e-communication.
- Le triangle d'or d'un site Internet performant : les trois U.
- Les leviers de la e-communication : principes clés de la communication sur Internet.
- Le search marketing : sources de trafic sur un site, référencement naturel ou payant.
- Les campagnes d'achat de mots clés : intérêt, contraintes

et facteurs clés de succès.

- Le display ou e-publicité : formats, modèles de campagne et de ciblage.
- Les partenariats : implication des partenaires, affiliation.
- La e-réputation sur les forums, blogs et e-presse.
- Le e-mailing : définir l'offre qui sert les objectifs marketing, le fichier, les composants, le timing.
- Suivre les campagnes et évaluer le succès.

2_ E-marketing

- Définir sa stratégie e-marketing en 5 étapes.
- Les jeux promotionnels : utilisation et facteurs clés de succès.
- Les fonctionnalités communautaires : chiffres clés, outils et facteurs clés de succès.
- Le marketing viral : impact, facteurs clés de succès et freins.
- Flux RSS et podcast : comment ça marche.

3_ E-bilan

- Évaluer l'efficacité de ses actions : indicateurs de mesure et de ROI.
- Exemples de tableau de bord.
- Mesurer la transformation visiteur/client : indicateurs classiques et post-clics.
- Les acteurs sur le marché : régie, brooker, référenceurs, plate-forme, routeurs...

4_ E-evolution

- Chiffres clés et tendances d'évolution
- Trois grands axes : Interactivité, mobilité et convergence.

- Le mobile marketing : leviers, applications, contenus.
- Le mobile marketing : attractivité du marché, révolution de l'i-phone.
- Le multi-canal pour créer des effets de levier et amplifier les performances des outils.

Z Les + de cette formation Z

- ▣ **Formation résolument pratique** : apports opérationnels, cas d'application et nombreux exemples concrets.
- ▣ **Partage d'expériences**. Des temps d'échange de pratiques ont lieu tout au long de la formation entre les participants et le consultant qui apporte des conseils individualisés.

Votre animateur...

Est un expert de la communication et du marketing sur Internet. Il a réalisé de nombreux projets e-communication et il intervient régulièrement sur des missions en entreprise.

Cursus recommandé

Dans une vraie logique compétences, nous vous conseillons avant cette formation : **e-marketing** (réf. 6778), et de l'approfondir avec **Marketing de conquête et de fidélisation** (réf. 6776).

2 JOURS Réf. 6298  46 € HT Paris 40 € HT Régions	1180 € HT	Paris	14 oct > 15 oct	Lyon				
		28 jan > 29 jan 4 mars > 5 mars 6 avr > 7 avr 20 mai > 21 mai 24 juin > 25 juin 9 sep > 10 sep	18 nov > 19 nov 20 déc > 21 déc	11 fév > 12 fév 1 avr > 2 avr 23 sep > 24 sep 25 nov > 26 nov				
							OFFRE DUO Bénéficiez d'une offre tarifaire en vous inscrivant aussi à la formation >	e-marketing 2310 € p. 661