

Objectifs :

Comprendre les fondamentaux du webmarketing.
Mettre en œuvre une stratégie de contenus sur son site internet.
Connaître les réseaux sociaux et les utiliser de manière professionnelle.
Savoir animer une communauté.

Public concerné et prérequis :

Chef d'entreprise, responsable marketing, webmaster, community-manager en charge de l'animation du développement des supports digitaux de l'entreprise.
Avoir des notions en webmarketing.

Qualification des intervenants :

Formateur diplômé d'enseignement supérieur dans le marketing et la communication digitale, ayant une expérience significative dans le monde professionnel.

Moyens pédagogiques et techniques :

- Méthodes actives adaptées à la formation pour adultes,
- Salle de cours équipée en moyens multimédia,
- Supports pédagogiques.

Durée, effectifs :

21 heures, soit 3 jours.
6 stagiaires maximum en salle.

Programme :

- Passer de la stratégie marketing à la stratégie webmarketing.
- Les différents modèles économiques du web : quelles décisions prendre, quels canaux, quels supports, comment se les approprier ?
- Amener du trafic qualifié sur son site, en mesurer la performance.
- Rédiger du contenu de son site web en optimisant son SEO.
- Connaître les principaux réseaux sociaux, en comprendre les usages.
- Communauté : comprendre les enjeux, avoir des notions d'animation et savoir engager les internautes.

Modalités d'évaluation des acquis :

Test théorique par séquence pédagogique.

Sanction visée :

Attestation de formation.