

# ELABORER SA STRATÉGIE MARKETING WEB

1 / 3



Soyez acteur de votre parcours de formation et passez à l'action !



## Objectifs

A l'issue de la formation, les stagiaires seront en mesure de :

- Comprendre les enjeux stratégiques d'Internet
- Accompagner les changements d'usage sur le net (web 2.0, web mobile...)
- Connaître les meilleures stratégies et savoir comment les mettre en place
- Optimiser des actions sur le web



### Durée de formation

2 jours soit 14 heures



### Public

Directeurs et responsables de business unit, directeurs de la stratégie et du développement, directeurs marketing et communication, chefs de projet Internet, chargés de mission Web.



### Prérequis

Connaissance des réseaux sociaux, formation initiale en communication marketing ou expérience initiale



### Niveau / Certification Obtenue

Attestation de formation.



### Type de formation / stage

Présentiel, À distance

Intra/Inter/ Accompagnement individuel

## Méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation

Alternance de théorie et d'exercices de rédaction.

Apprentissage de techniques simples et directement applicables.

Analyse individuelle et collective des pratiques.

## Programme

### 1. Intégrer la mutation du comportement des internautes

- Atomisation des besoins des internautes : consommer, s'informer, travailler, échanger
- Mutation des comportements : du mass media au pull marketing
- Le consomm'acteur : prescripteur et media
- Contexte de mobilité : nouvelles technologies (les « 3V »)



# ELABORER SA STRATÉGIE MARKETING WEB

2 / 3



## 2. Tirer profit des nouvelles opportunités d'Internet 2

- Sourcing et géomarketing
- Emergence du web mobile

## 3. Choisir la stratégie adaptée à ses objectifs

- Créer de la notoriété / Image / Trafic
- Augmenter ses ventes / Développer son CA
- Fidéliser ses clients : e-CRM>

## 3. Choisir ses outils

- Présentation de la matrice SLAC Search / SEO
- Référencement naturel pour une visibilité durable
- Référencement payant la puissance sur mesure
- Référencement vidéo
- Moteurs verticaux
- Link
- Netlinking ou la popularité internet
- Affiliation pour du marketing à la performance

## 4. Marketing social : les outils du web 2.0

- Communiqué de presse Internet
- Advertising
- Achat d'espace supports classiques vs niches :
  - Programmes shopping : comparateurs (shopbot) ...
  - Emailing de recrutement et e-CRM
  - Jeux concours
  - Sponsoring de newsletter
- Contenus
  - Sites événementiels
  - Réseaux sociaux généralistes / marques



adhénia formation

RENCONTRONS-NOUS !

05 53 45 85 70

CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

CRÉ@VALLÉE SUD

AVENUE DE BORIE MARTY

24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

SIRET : 753 127 398 00026

DÉCLARATION D'EXISTENCE :

72 24 01587 24

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

INFORMATIQUE, TECHNIQUE  
ET BUREAUTIQUE

COMMERCE, MARKETING,  
COMPTABILITÉ, GESTION

RELATIONS ET  
RESSOURCES HUMAINES

DÉVELOPPEMENT  
PERSONNEL

SÉCURITÉ ET SANTÉ  
AU TRAVAIL

LANGUES  
ÉTRANGÈRES

# ELABORER SA STRATÉGIE MARKETING WEB

3 / 3



◦ Widgets Landings pages

