

# **Contenu de la formation Marketing Digital**

## **Léçon 1: Introduction**

- Avoir une vue globale sur le webmarketing.
- Identifier les principaux objectifs du webmarketing.
- La définition de la stratégie webmarketing
- Identifier la place du web au sein de l'entreprise Comprendre l'impact du web sur la marque et la notoriété. Intégrer le web au Mix marketing
- Génération de trafic et management de l'audience

## **Léçon 2: Media Sociaux**

- Communiquer sur les réseaux sociaux
- Convertir son audience en business et mesurer et optimiser son webmarketing au quotidien

## **Léçon 3: Facebook ads**

- Business Manager
- Facturation et Moyen de Paiement
- Statistiques d'audience Mode projet
- Analyse des statiques et objectifs
- Pixel de Conversion
- Pixel de Retargeting
- Types de publicités

## **Léçon 4: LinkedIn ads**

### **Conversion de son audience**

- Définir les objectifs du webmarketing et les décliner en actions.
- Identifier les besoins des internautes
- Mettre à profit l'utilisabilité et la persuasion pour impliquer les visiteurs.
- Générer des prospects qualifiés et les convertir en clients.
- Fidéliser les clients et mettre en place une stratégie relation client.

## **Léçon 5: Web design et Web Dev pour Web marketeurs**

### **Référencement naturel**

- Comprendre les bases du référencement naturel
- Connaître les clés pour devenir accessible et trouvable grâce au référencement naturel.
- Connaître les techniques avancées de SEO

## **Lécon 6: Référencement payant**

- Identifier et comprendre les bases du référencement payants.
- Mettre en place une campagne de liens sponsorisés
- Comprendre les bases de la publicité display
- Mettre en place une campagne de publicité display.

## **Lécon 7: Affiliation**

- Comprendre les bases de l'affiliation
- Améliorer la performance d'un programme d'affiliation
- Optimiser la relation avec les affiliés.

## **Lécon 9: E-mailing**

- Identifier et comprendre les bases de l'e-mailing.
- Gérer ses campagnes d' emailing.
- Gérer sa base de données e-mails.
- C'est quoi l'email Marketing ?
- Les Sophismes sur l'email Marketing
- Pourquoi L'email Marketing ?
- Comment construire une mailing liste
- Comment choisir une niche potentielle
- Comment créer des Landing & Captures pages
- Les outils de création des pages de captures
- Processus des opérations mailing
- Comment avoir du trafic sur nos pages de Captures
- Objectifs et résultats
- Fidélisation

## **Lécon 10: Mesure de la performance de son Webmarketing**

- Mesurer les la performance de campagnes d'acquisition online.
- Mesurer la conversion du site.
- Mesurer la performance de la fidélisation.

## **Lécon 11: Le E-commerce**

- Concevoir le commerce électronique)
- Emergence et tendances du commerce électronique

- Appréhender la réalité du commerce électronique
- Elaboration d'une stratégie de commerce électronique Identifier et comprendre les principales étapes pour élaborer une stratégie de commerce électronique
- Intégration du commerce électronique dans une stratégie de distribution multicanale
- Choix d'une infrastructure de commerce électronique
- Mise en oeuvre du commerce électronique (6 heures)
- Choix d'une infrastructure de commerce électronique
- Construction du catalogue électronique
- Conception de l'interface marchande et création de la valeur pour le visiteur
- Gérer le commerce électronique (6 heures)
- Création de trafic vers le site et conversion des visiteurs en clients
- Mise en place de la logistique
- Fidélisation et gestion de la relation client