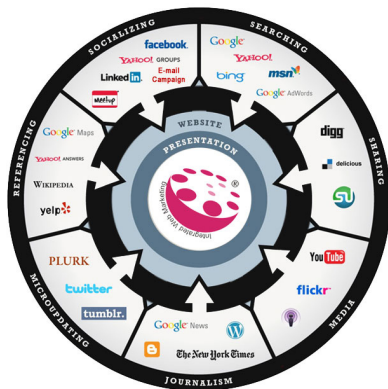


Marketing digital

Construire son plan web-marketing

Maîtrisez les techniques du marketing digital pour construire et augmenter le **trafic qualifié**, mixer les différents leviers et optimiser les **taux de conversion**.



A l'issue de cette formation, les participants sauront répondre aux questions suivantes :

- Quelles sont les clés pour augmenter la **réputation** de mon site web ?
- Comment être visible sur les **moteurs de recherche** ?
- Les **media sociaux** sont-ils une solution ?
- Dois-je **fidéliser** les internautes avec des applications **mobiles** ?
- Comment identifier les leviers pour générer du **trafic** ?
- Comment mesurer les **taux de conversion** et calculer le retour sur investissement - **ROI** ?

+ Les plus de cette formation

- Cette formation apporte un réel avantage concurrentiel aux participants qui maîtrisent ainsi les leviers d'action les plus efficaces en marketing digital.
- Un déjeuner convivial qui favorise l'échange entre participants et intervenants.



Principaux sites étudiés :

- Netvibes,
- iGoogle,
- Wikipedia,
- Youtube, Dailymotion,
- Facebook, Viadeo, LinkedIn, myspace,
- Twitter
- Google AdPlanner
- Google Adwords
- Google Analytics
- Userfly

Intervenant :



Sophie ATTIA, consultante senior en marketing digital, IDSA
Sup de Co Montpellier.

Passionnée par les technologies internet et leurs apports dans l'approche marketing et commerciale, Sophie ATTIA y travaille depuis 15 ans. Elle intervient dans ces domaines d'expertises au sein de grandes écoles et universités – EMLYON, GRENOBLE EM, Université Lyon 1... Parallèlement, elle dirige IDSA, cabinet de conseil en stratégies digitales.

Public concerné
S'adresse aux non-informaticiens : collaborateurs commerciaux, marketing, dirigeants

Pré-requis
Aucune connaissance technique particulière n'est nécessaire
Formation limitée à 5 participants max

Prix 1615€ / 2 jours	Durée 2 jours - 14 heures
Frais pédagogiques, supports, pauses et déjeuner inclus	

Modes pédagogiques
Alternance d'apports théoriques et d'études de cas pratiques
Travail individuel en fonction de la problématique de chaque participant

IDSA est un **organisme de formation** enregistrée sous le n°82 69 09505 69

Dates et inscription

contact@idsa.fr www.idsa.fr

Ils nous font confiance :
AREVA, CCI de Lyon / Novacité, CREDIT AGRICOLE, EMLYON, ENS, FIDUCIAL, GRENOBLE EM, MERIAL, Dpartement du RHONE...

Votre contact IDSA
Sophie ATTIA - Tel : 04 72 68 81 25
email : contact@idsa.fr
www.idsa.fr

Marketing digital

Construire son plan web-marketing



PROGRAMME DÉTAILLÉ - 2 JOURS

1ER JOUR

matin

Introduction

- Chiffres clés.
- Présentation de la bibliographie et références

1. Les innovations du web et leurs applications marketing

- Web 2.0./ web 3 : Quelles sont les dernières innovations du web.
- Web sémantique
- Réalité augmentée
- Internet des objets
- Exemples d'applications marketing.

2. Faire du web marketing en toute légalité

- Aspects juridiques.

DÉJEUNER CONVIVAL ENTRE PARTICIPANTS ET INTERVENANT

après-midi

3. Moteurs de recherche : le premier outil de visibilité

- Les moteurs
- SEO : le référencement naturel
- Les techniques pour améliorer sa visibilité
- Les résultats
- Cas pratique

4. Média sociaux : offrez vous une e-réputation

- Panorama des média sociaux
- Comment les utiliser pour influencer sa cible ?
- Exemple de pratiques réussies
- Veille : surveiller votre e-réputation

5. SEM : le référencement publicitaire sur les moteurs de recherche

- Le marché des Google Adwords
- Le fonctionnement
- Mener une campagne en 7 étapes
- Cas pratique

6. Publicité on line

- Les investissements publicitaires sur le web
- Les différentes techniques
- La tarification
- Les créations
- Les résultats

2ÈME JOUR

matin

7. Emails marketing et publicitaires : les utiliser efficacement

- L'environnement légal
- Les fichiers : les louer, les acheter, les créer
- Les outils professionnels
- Les meilleures pratiques
- L'exploitation des résultats

8. Fidélisation des internautes

- Services en ligne
- Contenu à valeur ajoutée
- Applications mobiles

9. Augmenter les taux de conversion sur son site web

- Ergonomie, navigation
- Call to action
- Transformer les visiteurs en acheteurs
- Augmenter le « panier moyen »

10. Mesurer la performance, optimiser le ROI

- Les indicateurs : VU, rebond, rétention, lead, vente
- Les outils de mesure, web analytics, webmaster tools
- Construire un reporting efficace

DÉJEUNER CONVIVAL ENTRE PARTICIPANTS ET INTERVENANT

après-midi

11. Etude de cas : Campagne on-line : lancer un débat sur le web pour le compte d'une compagnie d'assurance

- Construction d'un site web optimisé
- Plan de promotion on-line
- Outils de fidélisation des internautes
- Coordination off-line / on-line
- Budget
- Résultats

Cas pratique en groupe : Plan de promotion pour un site web culturel.

→ Toutes nos formations sur www.idsa.fr



Votre contact IDSA
Sophie ATTIA - Tel : 04 72 68 81 25
email : contact@idsa.fr
www.idsa.fr