

Public concerné :

Tout assistant marketing ou commercial devant seconder des web-marketeurs ou des commerciaux.

Niveau requis :

Maîtrise de l'outil informatique, bureautique et de la navigation internet.

Objectif :

Comment faire connaître une marque ?
Comment attirer plus de visiteurs sur un site ?
Comment mieux convertir des prospects en clients ?

Moyens pédagogiques :

- Grilles d'évaluation de niveau.
- Formateurs recrutés pour leurs expériences professionnelles et leurs compétences pédagogiques
- 8 personnes maximum / stage
- 1 ordinateur par personne
- Chaque notion est expliquée au tableau et suivie immédiatement d'un exercice pratique.
- Les exercices évoluent en difficulté au fur et à mesure du stage.
- Un support de cours sera remis à chaque participant en fin de formation.
- Assistance téléphonique gratuite.

Niveau /certification obtenue:

Possibilité de validation PCIE.

Durée : 2 jours

Délai d'acceptation :

Mise en place de vos cours dès acceptation de votre financement

Accessibilité handicapé :

Condition d'accueil et d'accès au public en situation d'handicap

WEB-MARKETING

Initiation

Webmarketing : les fondamentaux

Comprendre les définitions et les acronymes du marketing digital

Apprendre à définir sa cible et fixer ses objectifs

Déterminer son budget

Mise en place d'une stratégie webmarketing :

Optimiser et créer du contenu de qualité pour son site

Organiser et développer sa présence sur les réseaux sociaux

Participer aux forums et blogs pour se faire connaître

Appréhender les ciblage publicitaires

Créer une campagne Emailing

Call-To-Action

Convertir ses visiteurs en clients : les principaux leviers de conversion

Conseils spécifiques liés au secteur d'activité et à la cible des entreprises dont les stagiaires sont issus.

Exercices pratiques et mises en situation.

Source pour le cours : « Webmarketing - Définir, mettre en pratique et optimiser sa stratégie digitale » de Kevin Bridier

« Les fiches outils du webmarketing » de Nathalie Schipounoff.