

Stratégie webmarketing

Définir sa stratégie webmarketing multi-canal

Niveau de technicité ★★★★★

Vous souhaitez prendre en main les performances de votre site ? Notre formation vous permettra de définir et de piloter vous-même votre stratégie webmarketing grâce à un tour d'horizon complet des principaux leviers de génération de trafic : référencement naturel, liens sponsorisés, outils analytics, netlinking et emailing.

Vous saurez ainsi choisir les bons leviers webmarketing à actionner en fonction de vos objectifs et aurez toutes les clefs en main afin de gagner en trafic et en visibilité, d'augmenter votre taux de conversion et la fidélité de vos clients.

OBJECTIFS

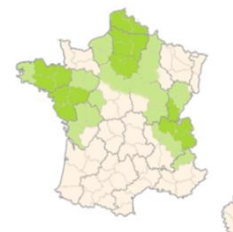
- Intégrer les notions et enjeux des principaux leviers du webmarketing
- Mieux cerner les problématiques de votre site, et en déduire les axes d'améliorations
- Déterminer quels leviers utiliser selon vos besoins
- Définir votre stratégie multi-canal

POUR QUI ?






Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant définir et déployer une stratégie webmarketing efficace et optimiser les performances de son site. Les profils concernés sont les chefs d'entreprises, les directeurs marketing et toute personne en charge de la gestion d'un site web.

OU ?

En inter entreprise, à Lille, Nantes, Paris et Annecy et en intra entreprise dans vos locaux, partout en France.



TARIFS

 x1	 x2	 x3	 x4	 x5
800€ HT	1400€ HT - 12,5%	1900€ HT - 21%	2400€ HT - 25%	2800€ HT - 30%

DUREE

7 heures / 1 journée



LE PROGRAMME

80% Théorie/20% Pratique

Analyser le contexte afin de définir ses objectifs

- ✓ Identifier les forces et faiblesses du site
- ✓ Analyse concurrentielle
- ✓ Identification du potentiel
- ✓ Choix des leviers
- ✓ Indicateurs de performances

Opportunités de positionnement en référencement naturel

- ✓ Définition et usages
- ✓ Quels critères entrent en jeu ?
- ✓ Outils pour trouver les bons mots clés
- ✓ Point sur les différents services de Google
- ✓ *Cas pratiques : fixer ses objectifs*

Le Netlinking est-il obligatoire ?

- ✓ Qu'est ce qu'un bon lien ?
- ✓ Linkninja VS Linkbaiting
- ✓ Suivre l'impact sur les positions
- ✓ *Cas pratiques : fixer ses objectifs*

Opportunités de visibilité et de trafic avec les liens sponsorisés

- ✓ Définition et usages
- ✓ Les différents formats possibles
- ✓ Quels usages ?
- ✓ Suivre sa rentabilité
- ✓ *Cas pratiques : fixer ses objectifs*

Promouvoir son offre via l'affiliation

- ✓ Définition et usages
- ✓ Choisir une plateforme
- ✓ Optimiser son budget
- ✓ Suivi des résultats et des actions menées

Conquête et fidélisation avec l'email marketing

- ✓ Définition
- ✓ Usages et bonnes pratiques
- ✓ Aller plus loin : Remarketing, replenishment, trigger marketing ...
- ✓ *Cas pratiques : fixer ses objectifs*

Créer de l'engagement sur les médias sociaux

- ✓ Les principaux médias sociaux et leurs usages
- ✓ Quels messages diffuser ?
- ✓ *Cas pratiques : fixer ses objectifs*

Définir son tableau de bord afin de suivre ses performances

Définition

Quelles analyses ?

Que trouve-t-on sur le tableau de bord ?

Comment suivre mes objectifs ?

Optimiser mes conversions

Automatiser l'accès à l'information rapport, alertes

Synthèse des opportunités

LES +

- Eligible au DIF, jusqu'à 100% de prise en charge par votre OPCA
- 5 stagiaires maximum pour une plus grande proximité avec le formateur
- Un formateur expert et certifié
- Une méthodologie directement applicable sur votre site



LE FORMATEUR

Nicolas

- Directeur de la Clientèle
- Responsable de la cellule veille et R&D Analytics

Ils nous font confiance



Nos certifications



Nantes

1, rue du Guesclin
44000 Nantes
02 40 99 00 31

Lille

40, rue de l'Abbé Lemire
59110 La Madeleine
03 20 76 03 24

Annecy

P.A de la Ravoire
74371 Pringy
04 50 10 51 14

Contactez nous

Email : formation@open-linking.com

Téléphone : **02 40 99 00 31**

Site web : open-linking.com