



L'Agence Tristanah est un organisme de formation enregistré sous le numéro 23 76 04403 76 auprès du Préfet de la région de Haute-Normandie

Public concerné :

Cette formation s'adresse aux salariés ou demandeurs d'emplois qui envisagent de se positionner sur une nouvelle fonction au sein de l'entreprise et de rajouter une expérience importante et durable sur leurs CV.

Objectif de cette formation :

Maîtriser les enjeux du Web Marketing.
Mettre en place des campagnes Google AdWords.
Savoir comprendre les statistiques de Google Analytics.
Saisir les opportunités offertes par les réseaux sociaux.
Comprendre le web 2.0 et l'utiliser.
Maîtriser les campagnes e-mailing et les newsletters entreprises.
Optimiser un site internet et le référencer dans les 1^{ères} positions d'un moteur de recherche.
Savoir animer un site internet vitrine ou une boutique e-commerce.

Moyens pédagogiques :

Nous fournissons à l'ensemble des participants les supports de présentation ainsi que l'ensemble des documents créés pour les études de cas.

Toutes nos formations nécessitent que le stagiaire apporte son ordinateur.

Durée de la formation :

35 heures

(4 journées en présentiel + 7 heures à distance).

Cette formation peut être dispensée intégralement à distance par visioconférence (SKYPE).

Horaire de 9h à 12h et de 13h30 à 17h30

Coût pédagogique :

Intra-entreprise :

1700 € HT + 100 € par stagiaire supplémentaire de la même entreprise

Inter-entreprise :

20 € HT / heure
Minimum 4 personnes
Nous consulter pour les dates

Intervenant :

Stéphan Watbled
Diplômé en communication.
Consultant en NTIC, E-commerce.
E-business et référencement web

PROGRAMME de la FORMATION

Devenir responsable Web Marketing

- **Les chiffres** du e-commerce en France
- **Droit et législation** du e-commerce
- **La veille** informationnelle
- **Les bases** du e-commerce
- **Préparer son projet**
Préparer le cahier des charges de son site Internet (boutique) ou audit du site web du stagiaire si celui-ci est déjà réalisé.
Concevoir sa boutique e-commerce (quelle solution ou prestataire choisir)
- **Le paiement sécurisé**
Présentation des solutions de paiement (avantages et inconvénients).

Le E-marketing

- **Blogs et réseaux sociaux**
Comment ces outils peuvent vous aider à améliorer votre réputation sur le web, votre visibilité, votre référencement, etc ,,,
- **Comment augmenter son trafic et rentabiliser sa boutique e-commerce**
thème du site, mots clefs, descriptions, noms des pages web, description des articles de votre boutique (texte) , analyse de la concurrence .
L'affiliation, ...
- **Comment augmenter la popularité de votre site sur Google**
Parts de marché des moteurs de recherches en France.
Optimiser son site web « ce qu'il faut faire et ne pas faire » , les conseils de Google
Les échanges de liens.
- **Le Web 2.0 :**
Les fils RSS - Le marketing viral « le Buzz », les forums.
Utilisation de Twitter et Facebook à des fins professionnelles
- **Le E-marketing :**
Le Targeting / Analytics « suivre un internaute à la trace dans un site et lui proposer des informations ciblées » .
Le Eye-Tracking « étude du comportement de l'œil humain et de son parcours sur une page web » .
Fidéliser ses clients et visiteurs.

Le E-mailing

- **Connaître la réglementation**
Etat de la législation – LCEN et la CNIL – Le spam – L'Opt-In et l'Opt-Out
- **Constituer son fichier d'e-mails**
La collecte par inscription volontaire.
La collecte par jeux concours loteries (...)
L'exploitation de son fichier commercial.
Comment se procurer un fichier B to B ?
- **Préparer sa campagne d'e-mailing**
Définition des objectifs.
Rédaction des messages.
Intégration des éléments graphiques.
Adaptation du format pour les différentes messageries (Outlook, ...)
Les facteurs clés de succès et les erreurs à ne pas commettre.

- **Router son e-mailing**
Routage par un logiciel d'e-mailing.
Routage via une plate-forme spécialisée.
Panorama des solutions du marché.
Routage par une solution propriétaire (site web).
- **Mesurer l'efficacité de ses campagnes d'e-mailing**
Taux d'ouverture, taux de clics, taux de réactivité, taux de désabonnement.
Analyse de la performance de vos campagnes d'e-mailing.

Optimisation du référencement

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Positionner son site en 1ère page des moteurs de recherche
- Faire indexer toutes les pages de son site en surmontant les contraintes techniques.
- Bâtir une stratégie efficace de choix des mots-clefs
- Connaître les indicateurs utiles pour un bon suivi du référencement.
- Comprendre les techniques utilisées par les concurrents pour en tirer profit et leur passer devant.
- Le référencement naturel
Principales techniques d'optimisation du référencement
Optimisation des sites dynamiques
Netlinking et exploitation des blogs pour le référencement

Google Adwords

- Comment créer un compte « Google Adwords » ?
- Créer et gérer une campagne publicitaire ciblée par mots clés sur Google
- Optimiser son budget pub sur Google. (Calcul du « ROI » retour sur investissement).
- Amplifier le score de qualité de vos annonces.
- Réduire de manière drastique le coût de vos campagnes.
- Signifier des options de ciblage avancées.
- Optimiser les pages de destination afin d'accroître votre taux de transformation.
- Etude du positionnement de la concurrence.
- Recherche sur Google des séquences de mots stratégiques pour l'entreprise.
- Recherche des mots pertinents les moins utilisés.
- Recherche des pages de résultats les moins fréquentés.
- Classification des concurrents selon les requêtes.

Google Analytics

- Installer et configurer Google analytics sur votre site.
Fonctionnement du système.
Bien lire, comprendre et utiliser les statistiques détaillées qui vous sont fournis afin d'optimiser au mieux votre site et comprendre le comportement de vos visiteurs.

Les réseaux sociaux

- Comment ces outils peuvent vous aider à améliorer votre réputation sur le web.
Cartographie des réseaux sociaux.
Utilisation de Facebook et Twitter à des fins professionnelles.

E-réputation

- Evaluer votre e-réputation
Nettoyer votre e-réputation
Surveiller votre e-réputation, organiser une veille
Optimiser votre utilisation des réseaux sociaux
Connaître vos droits sur internet (droit à l'image, oubli numérique...)
Comprendre les évolutions apportées par le web 2.0
L'impact de la e-réputation sur l'activité d'une entreprise
Améliorer votre e-réputation
Concurrence : agir sur la e-réputation d'un concurrent

Rédaction web

- Les spécificités de l'écriture web
Écrire pour être compris : la lisibilité : les règles d'optimisation du contenu web, l'organisation de l'information, les erreurs à éviter.
Écrire pour être lu : l'ergonomie : la prise en compte du destinataire, l'outil.
Écrire pour faciliter la navigation : les hypertextes : comprendre et mettre en place une logique de navigation.
Écrire pour être visible : le référencement.
Écrire selon les supports : savoir adapter les contenus selon le support média utilisé : Facebook, Twitter, Blogs, sites et forums, Wikipedia, Mails ...
Écrire pour être en conformité : modèle de charte, connaître les règles essentielles de la législation en vigueur

Gestion d'un site web vitrine ou d'une boutique e-commerce

- Les CMS à utiliser (programme open source)
Avantages et inconvénients.
Wordpress (pour un site vitrine).
Prestashop (pour le e-commerce).
- Fonctionnement complet de ces CMS
- **Questions / Réponses et évaluation du stagiaire**