

Formation E-marketing : Fondamentaux

Durée :	2 jours
Public :	Webmasters, responsables marketing ou communication
Pré-requis :	Avoir des notions sur la création de sites web est un plus
Objectifs :	Découvrir les notions principales de la communication digitale - Apprendre à communiquer efficacement avec son site Internet - Comprendre l'intérêt d'un outil de webanalytics
Sanction :	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
Taux de retour à l'emploi:	Aucune donnée disponible
Référence:	E-M18-F
Note de satisfaction des participants:	4,31 / 5

Comprendre les enjeux du e-marketing

Qu'est-ce que le e-marketing ?

Comprendre le contexte

Définir ses objectifs

Quelles sont les problématiques rencontrées ?

Comprendre les rôles de chacun : webmaster, traffic manager, ads manager, community manager, etc.

Bien penser son site web

Définir les objectifs du site

Identifier les internautes à cibler

Connaître les outils pour gérer un site web : les CMS

Réaliser un benchmark technique et ergonomique

Définir une arborescence de ses contenus

Atelier : Etudier un site et y valider ses objectifs, ses internautes et son arborescence

Bien communiquer avec ses internautes

Adapter son contenu

Soigner la navigation

Travailler l'ergonomie et l'accessibilité

Mettre en place les outils de réassurance

Utiliser les avis client

Personnaliser le contenu

Comprendre comment attirer les gens sur son site

Définir sa stratégie de visibilité
Optimiser son site pour les moteurs de recherche - Découverte du SEO
Créer des liens sponsorisés - Découverte du SEA
Faire des liens vers son site : annuaires, forums, communiqués, etc.
Passer par de l'affiliation, des marketplaces et comparateurs
Mettre en place des bannières publicitaires

Utiliser Google Ads

Connaître les différents types de campagne
Surveiller la performance d'une campagne Google Ads
Identifier les mots-clefs sur lesquels enchérir
Créer une campagne de recherche
Rédiger une annonce et y associer des mots-clefs

Atelier : Créer une campagne Search et la configurer

Fidéliser les visiteurs de son site Web

Connaître ses visiteurs : cookies, formulaires, etc.
Déployer des moyens de contact : chatbot, téléphone, etc.
Reconnaître la fidélité d'un client en passant par un système de parrainage
Créer des blogs d'informations
Diffuser son contenu par d'autres moyens : réseaux sociaux et newsletter

Comprendre ce qu'il se passe sur son site

Pourquoi mettre en place un outil de webanalytics ?
Connaître les différents outils d'analyse
Identifier ses indicateurs de performance (KPI)
Définir les rapports à créer

Atelier : Identifier les principaux rapports sur Google Analytics

Savoir quels outils mettre en place autour de son site

Passer par un gestionnaire de balise : Google Tag Manager
Configurer un outil de webanalytics
Mettre en place Google Search Console
Les autres éléments à déployer : conversion, remarketing, etc.
Respecter la RGPD sur son site web

Gérer un projet e-marketing

Définir sa stratégie web
Définir la méthode de gestion de projet
Définir les profils à faire intervenir autour de ce projet
Savoir analyser les performances actuelles pour les améliorer

Conclusion

Définir ses priorités
Quelles sont les futures évolutions ?
Questions/Réponses