

Marketing digital : augmenter la rentabilité de votre dispositif digital

Maîtrisez les leviers webmarketing pour améliorer les performances de votre site

1590,00 €HT

1908,00 €TTC

Obtenez -15% sur chaque participant supplémentaire à partir du 2ème participant

Modalité : Elearning

Niveau : Avancé

Présentation

En tant que professionnel du marketing, vous souhaitez augmenter la rentabilité de votre dispositif digital ? Cette formation abordera l'ensemble des leviers du marketing digital que vous devez maîtriser : référencement naturel, liens sponsorisés Google Ads et Facebook Ads, affiliation, publicité, marketing à la performance, e-réputation, e-mailings, relations publiques online, médias sociaux, tracking.

Objectifs

- Faire émerger les marges de progression d'un site web arrivé en vitesse de croisière grâce aux différents leviers webmarketing.
- S'extraire du quotidien et remettre en cause l'existant afin de rendre plus efficace son dispositif digital.
- Proposer des analyses originales de la stratégie globale des sites qui surperforment leurs concurrents

Compétences acquises

- Comparer l'efficacité des différentes actions de marketing digital
- Sélectionner les 3 stratégies de développement commercial d'un site
- Auditer un plan de marketing digital
- Savoir sélectionner et activer les principaux types de campagne de publicité digitale
- Définir un plan d'amélioration du référencement naturel d'un site existant
- Concevoir un site entièrement optimisé pour le référencement naturel dans le cadre d'une refonte

- Gérer un programme d'affiliation
- Déterminer le potentiel de campagnes sur Google Ads et Facebook Ads
- Comprendre l'intérêt des investissements en ereputation
- Déterminer comment il est possible d'améliorer les actions d'email marketing
- Identifier les marges de progression d'un site avec un outil de web analytics comme Google Analytics

Pré-requis & Profil des participants

Il est conseillé aux participants d'avoir des bases théoriques et si possible pratiques des différents leviers de marketing digital.

Chaque participant doit être équipé d'un ordinateur et d'une connexion internet.

Cette formation s'adresse aux professionnels ayant un niveau confirmé ou senior en webmarketing et qui occupent des fonctions de responsable webmarketing, responsable marketing, directeurs marketing, directeur général, responsable e-marketing, directeurs e-business, responsable communication, responsable digital et chefs de projet Internet qui souhaitent augmenter la rentabilité de leur dispositif digital.

Télécharger en pdf

Programme

MODULE 1 : La recette du succès en Webmarketing

1. Comprendre l'écosystème
2. Place de l'intelligence artificielle
3. Les priorités
4. Comment sélectionner ses outils d'acquisition
5. Organisation optimale pour le webmarketing
6. Auditer les performances et améliorer son dispositif actuel

MODULE 2 : Publicité digitale

- 1. Les plans media élargis des entreprises agiles**
- 2. Affiliation**
- 3. Campagnes de promotion d'applications mobiles**
- 4. Campagnes Coût Par Clic (CPC) :**
 - Google Display
 - Facebook Ads
- 5. Campagnes de display :**
 - classique
 - programmatique
- 6. Campagnes de Native Advertising**
- 7. Campagnes vidéos :**
 - classiques
 - programmatiques
 - YouTube
- 8. Comment maximiser le ROI d'une campagne**

MODULE 3 : Référencement

- 1. Mythes et réalités**
- 2. Fonctionnement des moteurs de recherche**
- 3. Les critères de classement de Google**
- 4. Méthode d'un expert pour maximiser le ROI d'un nouveau site**
- 5. Redynamiser le référencement d'un site existant**

MODULE 4 : Google Ads

- 1. Place dans le webmarketing mix**
- 2. Les bases de la gestion d'une campagne**

MODULE 5 : Facebook Ads

- 1. Place dans le webmarketing mix**
- 2. Les bases de la gestion d'une campagne**

MODULE 6 : E-reputation

- 1. Enjeux et gestion**
- 2. Relations presse digitales**
- 3. Blog marketing / Avis de consommateurs**
- 4. Enjeux réels et stratégie pour les réseaux sociaux**
- 5. Buzz Marketing**

MODULE 7 : Email marketing

- 1. Email classique**
- 2. Email automatique (automation)**
- 3. Les enjeux et technologies clés officielles et officieuses**
- 4. Inbound marketing**
- 5. Optimiser la conversion avec l'email**

MODULE 8 : Web analytics

- 1. Comprendre les 20 technologies clés**
- 2. De la data à l'information à la connaissance et à l'action**
- 3. Etude de cas**