

Durée : 2 jour(s)

Objectifs

Comprendre les enjeux et le potentiel
Appréhender les notions de référencement, ePub (Social ads),
Emailing, réseau sociaux ; community management, Buzz, mobile
marketing
Connaître le cadre légal
Etre capable de définir une stratégie et la mettre en place soi-même
ou être capable de choisir son prestataire

Pré-requis

Formation ouverte à tous DG, Direction commerciale, direction
marketing, Webmaster
Pas de pré-requis spécifique

Plan de cours

1. Le cadre du Web 2.0
Concepts, principes, applications, vocabulaire
2. Site Web et stratégie marketing du contenu, Référencement organique,
Search Engine Marketing et Net linking
Principes et fondamentaux
Panorama des moteurs et annuaires
Optimisation du contenu du site
Recherche & insertion de mots clés pertinents dans les moteurs
Les annonces textes (liens sponsorisés), outils...
3. E-Pub & Affiliation
Principes
Tendances créatives & technologiques
Déclinaison de campagnes
Outil de gestion, plateformes
4. Email marketing : les généralités
Anti-spams
Marketing de permission
Gestion des abonnés
Sponsoring de newsletters
Cadre juridique
5. Buzz, médias sociaux et blog marketing
Principes, cercles d'influence et communautés
Réseaux sociaux
Gestion de crise
6. Mobile marketing
Applications mobiles
Géolocalisation
QRcode
7. Outil d'analyse
Principes et exemples