

Durée : 1 jour(s)

Objectifs

Connaître les fondements et les services offerts par les applications mobiles et la géolocalisation
Prendre conscience de l'intérêt marketing et commercial
Etre capable de convaincre ses collaborateurs et ses partenaires des bénéfices liés à la géolocalisation

Pré-requis

Formation ouverte à tous
Direction et service marketing
Pas de pré-requis spécifique

Plan de cours

1. Histoire, enjeux marketing de la géolocalisation et des applications
2. Principe de fonctionnement
La géolocalisation et les moteurs de recherche
Focus sur Google et son algorithme de recherche
Bing et la stratégie d'annuaire
La personnalisation des résultats
3. Applications et outils Adapter un site Internet à la géolocalisation
Les consignes de Google
Click and Mortar
QR codes et stratégie off-line
Pub locale et recherche locale Rich snippets et micro données
4. Les services de Google pour la géolocalisation
Local Business
Google adresses
Google business photo
Google maps et street view pour les professionnels
5. Médias sociaux
Facebook, Twitter, Google+ et la géolocalisation
Foursquare, DisMoiOù et Gowalla
Evaluation et recommandations
Les usages des socionauts et le positionnement des entreprises
6. Web mobile et usages des mobinautes
SoLoMo voire CoSoLoMo : Contenu, Social, Local et Mobile
Social shopping géolocalisé : les applications incontournables
7. Campagnes de liens sponsorisés géo localisées
B2C : Google adwords et Facebook
B2B avec LinkedIn et Viadéo