

Formation Développer sa stratégie de marketing digital (ACN Atlas)

| | |
|---|--|
| Durée : | 2 jours |
| Public : | Responsable de service Marketing - Responsable marketing digital - Chef d'entreprise |
| Pré-requis : | Aucun |
| Objectifs : | S'approprier les fondamentaux du marketing digital et en comprendre les enjeux - Construire une stratégie marketing digital - Acquérir les méthodes pour la déployer - Définir et choisir les outils adaptés - Suivre et faire évoluer sa stratégie. |
| Sanction : | Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis |
| Taux de retour à l'emploi: | Aucune donnée disponible |
| Référence: | MAR101632-F |
| Note de satisfaction des participants: | Pas de données disponibles |

Comprendre les enjeux du e-marketing

Qu'est-ce que le e-marketing ?

Comprendre le contexte et 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 : créer les personas pour son activité + identifier 2-3 objectifs pertinents

Bien communiquer avec ses internautes

Adapter et personnaliser son contenu

Soigner la navigation

Travailler l'ergonomie et l'accessibilité

Mettre en place les outils de réassurance

Utiliser les avis client

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 campagnes

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 et configurer une campagne du Réseau de recherche

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(s), 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