

Élaborer un plan stratégique de communication digitale et utiliser les leviers marketing : affiliation, display, partenariat...

PROGRAMME

Établissement de plan stratégique

- Panorama des solutions.
- Fonctionnement de chaque solution.
- Quels sont les objectifs, cibles et partenariats ?.
- Savoir si les campagnes ont été efficaces ou non (KPI).

Établissement de plan commercial

- Affiliation et modèle économique.
- Établissement des plans tarifaires en fonction de la collaboration.
- Programmes d'affiliations.

Sur les campagnes d'affiliation

- Avancement d'un programme d'affiliation.
- Que pourrait recevoir l'affilié en retour ?.
- Les termes à négocier dans un contrat d'affiliation.

Suivi et évaluation de campagnes

- Établissement d'une fiche de suivi quotidien de campagnes d'affiliation.
- Analyse des performances.
- Identifications des affiliés les plus profitables.
- Compte-rendu.



1

JOURS

7

HEURES

OBJECTIFS

S'approprier les enjeux et les stratégies Webmarketing Maîtriser les fondamentaux de l'affiliation

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Chefs de projet web, responsables webmarketing, e-communication Commerciaux

PRÉREQUIS

Connaissances en marketing et communication

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE

PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte