LE WEBMARKETING_1202

840 € HT (tarif inter) | REF : -WEB545
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Découvrir les dispositifs de promotion et maîtriser les leviers du webmarketing pour mettre en œuvre une stratégie digitale.

2 JOURS | **14** HEURES

PROGRAMME

La culture du web

- Historique.
- les chiffres clés.
- Les leviers du marketing digital (adwords, display, affiliation, réseaux sociaux, blog...).
- Cross canal/mobile/buzz marketing.
- la Blogosphère.

Qu'est-ce que le webmarketing ?

- Rappel sur les fondamentaux du marketing.
- Définition du webmarketing.
- Mise en place d'une analyse web.
- Le reporting.
- Les outils d'analyse.

Le webmarketing et le web 2.0

- Le mix digital.
- Circuit de distribution et collecte d'informations.
- Les consommateurs.
- E-commerce et cross canal.
- Chiffres clés, les différents leviers et Web analyse.

Internet des objets connectés

- Objets connectés dans le parcours client.
- Glossaire.

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux et les intérêts du Webmarketing Maîtriser les techniques associées Intégrer le Webmarketing dans sa stratégie marketing globale

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC
Directeurs, responsables marketing et communication, chefs de projet web Directeurs généraux, directeurs e-business
PRÉREQUIS
Aucun

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