

# FONDAMENTAUX ET BASE DU WEBMARKETING

Cette formation est destinée à toutes entreprises désirant gérer leur image sur la toile et mettre en place une stratégie WebMarketing.

## OBJECTIFS

- Savoir définir une stratégie WebMarketing
- Connaître les outils du WebMarketing

## PRÉREQUIS

Connaissance de l'environnement PC ou MAC (savoir réaliser des recherches...)

## PUBLIC

Responsable marketing, responsable d'établissement, employé en communication

L'équipe FORMEDIA est particulièrement sensible à l'accueil et à l'adaptation des formations aux personnes en situation de handicap. Nous nous efforçons de répondre aux besoins de ce public avec attention et professionnalisme.

Contactez-nous pour plus de renseignements

## LIEU

Strasbourg

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Vidéos, PowerPoint, mises en situations.

## NOMBRE D'HEURES

2 jours (14h00)  
9H00-12H00 / 13H30-17H30

## COÛT DE LA FORMATION

700 € HT

## MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

- 12 stagiaires maximum
- Inter/ Intra - présentiel et ou distanciel.
- Après l'inscription, l'entrée à la formation se fera sous 1 mois maximum

## PROFIL FORMATEUR

Formateur pour adultes, consultant en WebMarketing

## DOCUMENTS REMIS AU STAGIAIRE

- Livret stagiaire
- Attestation individuelle de formation

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- QCM de 10 questions en fin de formation pour évaluer les connaissances et compétences acquises
- Exercices d'application : notation sur 10



# FONDAMENTAUX ET BASE DU WEBMARKETING

## PROGRAMME

### 1. LES CLES DU WEBMARKETING

- 1.1 Web, smartphones, tablettes et nouveaux devices (supports) : un paysage technologique en évolution.
- 1.2 Usages et comportements des internautes, mobinautes et tablonautes.
- 1.3 Les outils du webmarketing.
- 1.4 Les récentes approches du digital marketing.

### 2. STRATEGIE WEBMARKETING

- 2.1 Les clés d'une stratégie marketing sur le Web et le digital : transparence, interactivité, géolocalisation,
- 2.2 Stratégie de marque digitale : e-réputation et identité numérique.
- 2.3 Stratégie de conversion et de fidélisation : approche multicanal.
- 2.4 Stratégie de présence digitale via le display et l'affiliation : écosystèmes, formats, indicateurs.