

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

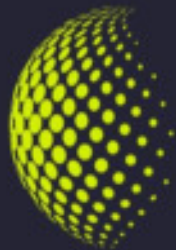
Formateur pour adultes, consultant en WebMarketing

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



FORMEDIA
FORMATION PROFESSIONNELLE

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.

