

Webmarketing : augmenter la visibilité de son site Web

certification DiGiTT® à distance, en option

Cours Pratique de 2 jours - 14h

Réf : EMC - Prix 2025 : 1 570 HT

La maîtrise des techniques de Web marketing devient stratégique pour augmenter la visibilité d'une entreprise. Ce stage vous montrera comment les utiliser au mieux et vous présentera une approche efficace pour générer du trafic sur votre site Web.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

- Comprendre les évolutions du e-marketing
- Définir une stratégie de marketing digital
- Piloter ses actions e-marketing
- Générer du trafic vers son site Web
- Maîtriser les différents leviers pour optimiser votre visibilité en ligne

CERTIFICATION

La certification DiGiTT® est en option lors de l'inscription à cette formation et s'articule en 3 étapes : le passage d'un Diag® avant la formation, l'accès à une digithèque permettant l'apprentissage des concepts et notions pour chaque compétence digitale, puis le passage de l'examen de certification. Celui-ci se compose d'un test de 90 min disponible en anglais et en français.

Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points (débutant, intermédiaire, avancé, expert).

Le seul suivi de cette formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum à l'examen. La planification de ce dernier et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 02/2024

1) E-marketing : définitions et enjeux

- Le développement du e-business.
- Les enjeux de l'e-marketing pour le e-commerce.
- POEM : les 3 axes de l'e-marketing.
- L'impact des réseaux sociaux.
- L'essor du m-commerce.

Echanges : Les enjeux de l'e-marketing pour votre entreprise.

2) L'internaute au cœur de la stratégie e-marketing

- L'impact de l'e-réputation sur l'e-commerce.
- L'identification des comportements types des internautes.
- L'analyse des attentes de l'internaute et du smartphonaute.

Travaux pratiques : Identification d'un persona pour votre site e-commerce.

PARTICIPANTS

Directeurs, responsables commerciaux, responsables et collaborateur des services marketing.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

3) Lancer sa stratégie e-marketing

- Connaître les différentes étapes de la mise en place d'une stratégie digitale.
- Définir le positionnement de sa communication e-marketing.
- Valoriser ses atouts distinctifs : valeurs, qualité, originalité...
- Coordonner sa stratégie avec sa communication institutionnelle.
- Penser sa stratégie à l'heure du mobile first.

Travaux pratiques : Analyse de contenus de marque e-commerce.

4) Promouvoir son site

- Identifier les influenceurs sur les réseaux sociaux.
- Déterminer le contenu à partager.
- Viser le buzz marketing.
- Les principes clés des relations presse online.
- Echanger des liens : partenariat et affiliation.

Travaux pratiques : Utilisation d'outils pour rechercher des influenceurs, sélection de contenu à partager...

5) Mettre en oeuvre des techniques e-marketing efficaces

- Le référencement naturel et Adwords.
- La publicité pour attirer les prospects.
- Le retargeting pour mieux convertir.
- Repenser l'e-mailing et la collecte des données.
- Coupler l'e-commerce au social-commerce.
- Les atouts du m-marketing et de la géolocalisation.
- Le searchandising : optimiser son moteur de recherche interne.

Travaux pratiques : Sélection d'actions e-marketing et élaboration d'un plan d'actions.

6) Piloter votre stratégie e-marketing

- Piloter une campagne e-marketing.
- Faire un retour sur ses objectifs des campagnes.
- Aller au-delà du taux de conversion.
- Connaître les KPI spécifiques pour les réseaux sociaux.

Travaux pratiques : Construction d'un tableau de bord avec les KPI les plus pertinents.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2025 : 15 sept., 03 nov.

PARIS

2025 : 08 sept., 27 oct.