





Programme de la formation

Formation Marketing internet et réseaux sociaux

-  Classe virtuelle
-  28 heures sur 4 jour(s)
-  Tout public · De 1 à 5 participants
-  1 680 € Net de taxe par participant

Description courte

Acquérez les compétences essentielles en marketing numérique avec notre formation "Marketing Internet et Réseaux Sociaux". Explorez les concepts clés, les stratégies et les outils pour promouvoir efficacement en ligne. Maîtrisez le référencement, les réseaux sociaux et la publicité en ligne pour générer du trafic ciblé et atteindre vos objectifs marketing. Développez une présence en ligne solide et optimisez votre stratégie pour obtenir des résultats concrets

Profil des participants

Webmasters, chefs de projets, responsables marketing, chefs de produits.

Prérequis

Avoir un ordinateur.
Avoir une connexion Internet
Connaître l'environnement Internet et Windows.

Objectifs

Connaître et comprendre les moyens techniques concrets et les principes utilisés par les professionnels pour communiquer et pour développer le trafic d'un site Internet. Savoir comment intégrer **Internet** dans la **stratégie marketing** ; élaborer, construire et se développer sur Internet, mais aussi connaître les nouveaux moyens de communication et d'échange (**les réseaux sociaux**), devenus incontournables en quelques années seulement.

Aptitudes et compétences visées / attestées

Maîtrise des principes du marketing numérique.
Connaissance approfondie des techniques de référencement (SEO).
Compétence dans la gestion de campagnes publicitaires en ligne (SEM).
Maîtrise des stratégies de marketing sur les réseaux sociaux.
Capacité à analyser les données et mesurer les performances.
Compétence en création de contenu numérique attractif.
Capacité à élaborer une stratégie de marketing numérique cohérente.

Contenu

I- ENJEUX DU E-MARKETING ET CROISSANCE DE L'INTERNET

- Historique de l'Internet,
- La croissance et le poids de l'Internet en France,
- Le Web 3.0, la nouvelle ère de l'Internet,
- Définitions et spécificités du webmarketing,
- La redistribution des tâches dans les services marketing,
- Le e-marketing mix.
- Étude de cas : comment restructurer un service suite à l'émergence du digital ?

II- LES LEVIERS POUR DÉVELOPPER LE TRAFIC, FIDÉLISER ET TRANSFORMER SUR SON SITE

- Le référencement naturel (les moteurs et annuaires de recherche, les mots clés, la structuration du contenu, les balises titres, les métatags, la pyramide inversée, la duplication de contenu, la mise en forme, les images et vidéos, SMO).
- Le netlinking et les partenariats (définition et optimisation).
- Le référencement payant (définition et comparaison avec le SEO, les indicateurs clés, mode d'emploi, quality score, le métier de référenceur).
- L'e-mailing (critères, indicateurs, contraintes, performances par secteur).
- Le CRM (définitions, outils, les BDD).
- Display (définition, formats et contraintes, retargeting, ads, indicateurs de performance, real time bidding, ad exchange).
- L'affiliation (définition, mode d'emploi, plateforme) moteurs de shopping et market place.
- Le web 2.0 (blogs, les influenceurs, l'e-réputation, l'identité numérique, marketing viral et buzz marketing, relation presse online).

III- FOCUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Les chiffres clés,
- Le community management (définition, planification et suivi),
- Les réseaux particuliers (Facebook : pages, applications et jeux concours, Twitter : veille et live Tweets, chaîne YouTube et les autres),
- Les réseaux professionnels (Viadeo, LinkedIn).
- Étude de cas.

IV- PERSPECTIVES DU E-MARKETING

- Le marketing mobile (les applications, les sites mobiles, la réalité augmentée, QR code display, campagne SMS push, géolocalisation, le m-commerce),
- Connecting people (TV, montre et autres applications dédiées),
- Le web 3.0 (responsive design, tracking et évolutions du web analytics, expérience utilisateur).

Pédagogie et organisation

Exercices individuels

Supports de cours

Évaluation en fin de stage.

Positionnement et Modalités d'évaluation des acquis

- Test de positionnement en amont

- Quiz

Mode de validation

Attestation de fin de Formation

Financements possibles

OPCO

Modalités et délai d'accès

Pour toute inscription veuillez me contactez 3 semaines avant le début de formation

Référent handicap

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : (*mise en place de compensation...*)

Contact : Référent handicap 02 51 84 95 55 / 06 28 70 45 28 / nadiahadjeri@cadresenmission.com

Intervenant

Jorge De Almeida

10 ans d'expérience dans les métiers du Web et du Webmarketing

Spécialiste Wordpress et formateur en contenu digital

Évaluations

1 inscriptions depuis le 25/07/2023

Taux d'acquisition des compétences :  **90 %** (1 évaluations)

Satisfaction des apprenants :  **5/5** (1 évaluations)