



IFCAE

FORMATION MARKETING INTERNET ET RÉSEAUX SOCIAUX



Public Visé

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



Pré-requis

**Connaître l'environnement
Internet et Windows.**



Durée

3 jours



Coût de la formation

**350€ H.T./jour et par
participant**



Informations pratiques

**IFCAE
Aurélie NOREILS
13 boulevard de l'Hautil
95092 CERGY
01.34.35.35.31**

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.

PROGRAMME

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.

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
- L'e-mailing (critères, indicateurs, contraintes, performances par secteur).
- Le CRM (définitions, outils, les BDD).
- Display (définition, formats et contraintes, retargeting, facebook 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).

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).

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).