

Comment tirer parti du potentiel d'**Internet** en termes de **notoriété** et de **visibilité** mais également de **génération de prospects et de clients** ? Une **stratégie** marketing d'entreprise qui impacte véritablement votre **chiffre d'affaires** nécessite de développer votre plan en passant par les étapes que nous allons détailler dans cette formation. Nous allons donc voir pendant 3 jours **comment créer un plan marketing avec des objectifs précis et des actions claires à mettre en œuvre pour obtenir des résultats sur Internet.**

Public concerné

Tout public

Pré-requis

Aucun

Type de formation

Inter ou intra entreprise

Durée de la formation

3 jours soit 21 heures

Nombre de participants

6 maximum

Modalités pédagogiques

Stage en présentiel

Tarif de la formation

Inter : 1.800 € HT les 3 jours
Prise en charge possible par votre OPCO

Nous contacter

Monique PAWLAK
06.95.50.52.72
monique.pawlak@live.fr
www.webmarketingandcomm.fr

OBJECTIF GENERAL

- Définir votre stratégie marketing et l'adapter au digital
- Connaître les leviers pour générer du trafic et de la visibilité (site web, réseaux sociaux...)
- Convertir vos visiteurs web en leads ou communautés
- Transformer vos leads en clients
- Comment se démarquer sur votre marché cible
- Comment fidéliser vos clients
- Comment améliorer votre stratégie dans le temps avec les outils d'analyse

OBJECTIF PEDAGOGIQUE ET CONTENU DETAILLE

LES BASES D'UNE STRATEGIE MARKETING

Quoi ? : quel est le produit ou le service ?

A qui ? : à qui le vendre ?

- Conversion, taux de clics, tunnel de conversion, plan de conversion
- Etude du produit ou service : la demande (Google Ads, mots clés...), le besoin (étude de marché), la concurrence, la rentabilité ?...
- Etude de la cible
- Le marketing de contenu

COMMENT GENERER DU TRAFIC SUR MON SITE WEB ET DE LA VISIBILITE SUR MA PAGE FACEBOOK ?

SEO – Search Engine Optimization – Avantages et inconvénients

SEO Local

SEA – Search Engine Advertising – Avantages et inconvénients

Les réseaux sociaux :

Facebook naturel – Facebook Ads – Youtube : Avantages et inconvénients

Publicité display

Publicité recommandation de contenus

Places de marché (physique, numérique, prestation de service)

Forums et annonces

Podcasts

Partenariats (affiliation et co-registation)

Relation presse / blog

LES RESEAUX OFF-LINE (HORS INTERNET) : COMMENT LES UTILISER ?

MARKETING OFF-LINE

COMMENT CONVERTIR VOS PROSPECTS EN LEADS OU EN COMMUNAUTE

Identité, univers, esthétique : les impacts d'un visuel sur une page web

Give to sell

Landing page

Contenu pertinent

2 / 2

Public concerné

Tout public

Pré-requis

Aucun

Type de formation

Inter ou intra entreprise

Durée de la formation

3 jours soit 21 heures

Nombre de participants

6 maximum

Modalités pédagogiques

Stage en présentiel

Tarif de la formation

Inter : 1.800 € HT les 3 jours
Prise en charge possible par
votre OPCO

Nous contacter

Monique PAWLAK
06.95.50.52.72
monique.pawlak@live.fr
www.webmarketingandcomm.fr

COMMENT TRANSFORMER VOS LEADS EN CLIENTS ?

Ecrire pour séduire (copywriting)

Page de vente

Leads nurturing

Evénements

Remarketing

Vidéos de vente

Devis

Livechat

COMMENT ETRE LEADER SUR SON MARCHÉ ?

Etude de la concurrence – Analyse SWOT

Les axes d'amélioration à garder en mémoire

Le prix : le bon positionnement

Améliorer la production

Mutualiser les coûts

QUELS SONT LES LEVIERS D'UNE FIDELISATION CLIENTS EFFICACE ?

Les produits imbriqués

User EXperience

La nouveauté

LES AXES D'AMELIORATION DE VOTRE STRATEGIE / LES INDICATEURS CLES DE PERFORMANCE

Google Analytics

KPI's : Les indicateur clés de performance pour surveiller votre business et savoir comment il peut être amélioré.

Sondages

AB Test

Tableau de suivi des résultats et axes d'amélioration