



Conseil, ingénierie, formations

Formation E-marketing : Webmining, SEM, Webmarketing

Durée : 2 jours

Public : Webmasters, responsables marketing ou communication

Pré-requis : Notions de la création de sites Internet

Objectifs : Apprendre à communiquer efficacement avec son site Internet - Découvrir les notions de Webmining, SEM, Affiliation, etc.

Introduction

Le contexte
Présentation du cours

Problématique

Qu'est-ce que le e-marketing ?
Les objectifs du e-marketing
Les problématiques

Recruter des clients ou des visiteurs sur le Web

Le référencement
Les sites spécialisés
Les forums de discussion
La publicité
L'affiliation
Le Search Engine Marketing (SEM) : Google Adwords, A9, Yahoo Search Marketing

Etude de cas : Site BtoC de vente de jouets

Bien communiquer avec ses internautes

Définir ses objectifs
Identifier ses visiteurs
Adapter son contenu
Soigner la navigation
Elargir sa culture produit
Faciliter le contact
Personnaliser le contenu

Etude de cas : Site de commerce en ligne de matériels informatiques

Fidélisation d'internautes

L'interactivité
Les blogs
Les newsletters
Les mailings

Le parrainage
Partenariats

Analyse de site : Webanalytics / Webmining

Les différents types d'outils d'analyse
Présentation des outils de suivi du trafic (webanalytics)
Définition du Webmining
Les outils de Webmining
Quels enseignements tirer du Webmining ?

Gestion de projet de e-marketing

Inverser le processus de visite
Méthodologie
Un projet dans le projet e-marketing : la veille concurrentielle

Quelques cas d'école

Mise en pratique I : Création d'une campagne de publicité Adwords

Définition du Search Engine Marketing (SEM)
Présentation des outils SEM
Principes de fonctionnement des campagnes : CTR, enchères, mots clefs, ...
Définir les objectifs de sa campagne
Définir la cible de sa campagne
Identifier les pages cibles de son site
Recenser les mots clefs de sa campagne
Fixer une période, un budget global, un budget journalier
Définir ses affichages
Lancer et suivre sa campagne

Mise en pratique II : Création et envoi d'une newsletter

Définition des objectifs de la newsletter
Définition de la cible de la newsletter
Trouver des bases d'emails
Créer une newsletter HTML
Outil d'envoi de newsletters
Créer une campagne e-mailing
Consulter les statistiques

Evolution du e-marketing

Création de communautés
Mobile Marketing
Vidéos
Diffusion des offres

En conclusion

La direction du E-marketing : Le one to one
Questions

Les avantages

- Un support et les exercices du cours pour chaque stagiaire
- Un formateur expert ayant suivi une formation à la pédagogie
- Le déjeuner compris en inter-entreprises
- Boissons offertes pendant les pauses en inter-entreprises
- Soutien du formateur pendant un mois
- Salles lumineuses et locaux facilement accessibles
- Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75% de pratique minimum