Formation Développer sa stratégie de marketing digital (ACN Atlas)

Durée :	2 jours (14 heures)
Tarif :	1 475,00 € (standard) 1 180,00 € (remisé)
Public :	Responsable de service Marketing - Responsable marketing digital - Chef d'entreprise
Pré-requis :	Aucun
Objectifs :	S’approprier les fondamentaux du marketing digital et en comprendre les enjeux - Construire une stratégie marketing digital - Acquérir les méthodes pour la déployer - Définir et choisir les outils adaptés - Suivre et faire évoluer sa stratégie.
Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
Référence:	MAR101632-F
Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles

Comprendre les enjeux du e-marketing

Qu'est-ce que le e-marketing ?
Comprendre le contexte et définir ses objectifs
Quelles sont les problématiques rencontrées ?
Comprendre les rôles de chacun : webmaster, traffic manager, ads manager, community manager, etc.

Bien penser son site web

Définir les objectifs du site
Identifier les internautes à cibler
Connaître les outils pour gérer un site web : les CMS
Réaliser un benchmark technique et ergonomique
Définir une arborescence de ses contenus

Atelier : créer les personas pour son activité + identifier 2-3 objectifs pertinents

Bien communiquer avec ses internautes

Adapter et personnaliser son contenu
Soigner la navigation
Travailler l'ergonomie et l'accessibilité
Mettre en place les outils de réassurance
Utiliser les avis client

Comprendre comment attirer les gens sur son site

Définir sa stratégie de visibilité
Optimiser son site pour les moteurs de recherche - Découverte du SEO
Créer des liens sponsorisés - Découverte du SEA
Faire des liens vers son site : annuaires, forums, communiqués, etc.
Passer par de l'affiliation, des marketplaces et comparateurs
Mettre en place des bannières publicitaires

Utiliser Google Ads

Connaître les différents types de campagnes
Surveiller la performance d'une campagne Google Ads
Identifier les mots-clefs sur lesquels enchérir
Créer une campagne de recherche
Rédiger une annonce et y associer des mots-clefs

Atelier : créer et configurer une campagne du Réseau de recherche

Fidéliser les visiteurs de son site web

Connaître ses visiteurs : cookies, formulaires, etc.
Déployer des moyens de contact : chatbot, téléphone, etc.
Reconnaître la fidélité d'un client en passant par un système de parrainage
Créer des blogs d'informations
Diffuser son contenu par d'autres moyens : réseaux sociaux et newsletter

Comprendre ce qu'il se passe sur son site

Pourquoi mettre en place un outil de webanalytics ?
Connaître les différents outils d'analyse
Identifier ses indicateurs de performance (KPI)
Définir les rapports à créer

Atelier : identifier les principaux rapports sur Google Analytics

Savoir quels outils mettre en place autour de son site

Passer par un gestionnaire de balise : Google Tag Manager
Configurer un outil de webanalytics
Mettre en place Google Search Console
Les autres éléments à déployer : conversion(s), remarketing, etc.
Respecter la RGPD sur son site web

Gérer un projet e-marketing

Définir sa stratégie web
Définir la méthode de gestion de projet
Définir les profils à faire intervenir autour de ce projet
Savoir analyser les performances actuelles pour les améliorer