

Durée conseillée

**2 jours** soit 14 heures

Tarif selon devis



[www.abisformation.fr](http://www.abisformation.fr)

## MARKETING

Le web est aujourd'hui un outil incontournable au service de la stratégie commerciale. Pour bien maîtriser cet outil, il convient de savoir s'orienter sur le Web, utiliser efficacement toutes les ressources d'Internet, comprendre les perspectives offertes par le «on line», prendre les bonnes décisions en fonction des objectifs et du marketing de son entreprise.

Cette formation vous donne toutes les clés dont vous aurez besoin afin de choisir et créer un site cohérent, rentable, vivant, bien référencé et valorisant pour votre entreprise.

### CONTENU

- Internet - un outil marketing
  - Rechercher des informations dans le cadre d'une étude marketing
  - Evaluer ses concurrents et son marché
  - Utiliser le marketing one to one pour cibler et toucher sa clientèle
  - Comprendre les principes de base de la vente en ligne
- L'intégration d'Internet dans la stratégie marketing
  - Faire cohabiter Internet avec les autres médias dans la stratégie
  - Le Webmarketing : spécificités et pratiques du média Internet
  - Définir son plan d'actions « Webmarketing »
- Construire un site Internet vendeur
  - Définir les objectifs du site et sa finalité : site vitrine, site institutionnel, site catalogue, etc.
  - Identifier les cibles et leurs profils, décrire leur comportement d'achat
  - Définir le contenu de son site et sa structure (arborescence)
  - Créer la charte graphique du site
  - Réussir l'ergonomie de son site : les principes de base
- Etre présent et assurer sa visibilité sur Internet
  - Choisir l'hébergement et les services associés
  - Déterminer la communication autour du site
  - Générer du trafic sur son site et assurer son référencement naturel
  - Développer des partenariats et choisir les bons prestataires de services en ligne
- Réussir et se développer grâce à Internet
  - Optimiser la publicité via les google Adwords
  - Mesurer la fréquentation et l'efficacité de son site
  - Réaliser des opérations de marketing direct : présentation des différents outils et techniques
  - Fidéliser ses clients et améliorer sa qualité de service grâce à Internet

### Références bibliographiques

**Webmarketing**  
Définir, mettre en pratique et optimiser sa stratégie 2.0  
Guillaume Eouzan  
Editeur ENI - 09/2012

### Format

**Sur-mesure**  
Groupe de 12 stagiaires maximum

### Objectifs

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables :

- De comprendre la culture « Webmarketing »
- De définir une stratégie webmarketing
- De mettre en place un plan d'action
- D'optimiser le référencement naturel d'un site
- D'utiliser les google Adwords comme outil de vente sur internet

### Public

Toute personne souhaitant intégrer le développement des ventes sur Internet dans une stratégie marketing et commerciale

### Pré-requis

Maîtriser les notions fondamentales de marketing

### Profil Intervenant

#### Formateur junior, senior ou expert

- Ayant minimum 10 ans d'expérience professionnelle
- Jusqu'à plus de 10 ans d'animation de formation
- Recrutés selon un processus de sélection normé

### Pédagogie

- **Démarches** : déductive, inductive, dialectique
- **Méthodes** : démonstrative, interrogative, expositive, découverte, analogique
- **Formation-action**

### Formations complémentaires

Le marketing direct  
Bien connaître son marché

### Nos pratiques qualité

- Personnalisation du contenu de formation possible, en fonction des objectifs du Client
- Remise d'un support pédagogique personnalisé et d'une attestation de fin de formation à chaque stagiaire

ABIS FORMATION / ABIS INSTITUTION sont concepteurs de ce contenu