

## Formation Développer sa stratégie de marketing digital (ACN Atlas)

<b>Durée :</b>	2 jours
<b>Public :</b>	Responsable de service Marketing - Responsable marketing digital - Chef d'entreprise
<b>Pré-requis :</b>	Aucun
<b>Objectifs :</b>	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.
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	MAR101632-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	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