

## Stratégie webmarketing & réseaux sociaux

Plus de 67% des consommateurs consultent Internet avant toute décision d'achat. C'est dire si le web est devenu un vecteur de communication commerciale incontournable, faisant acheter, plus encore que vendre... Changement de paradigme : la toile a transformé les métiers, les méthodes, les outils du marketing et de la vente dans presque toutes leurs dimensions. Il devient crucial de générer du trafic qualifié sur vos sites, de faire émerger votre image et de valoriser votre e-réputation grâce aux outils du webmarketing et des réseaux sociaux afin de convertir vos prospects en clients. Avec l'ambition de vous y aider, Audencia Group Executive Education a conçu un programme complet qui vous apprend à gérer et à optimiser votre présence sur le web.

2 jours

1 300 €

26 - 27 Janvier 2016

### Objectifs

À l'issue de cette formation, vous êtes en mesure d'étudier et de concevoir la web stratégie la plus opérationnelle et la mieux adaptée aux problématiques de votre organisation. Vous savez bâtir un plan d'action on-line en utilisant les réseaux sociaux, et vous savez évaluer précisément les résultats de vos opérations de marketing digital.

### Programme et méthodologie

Ce module vous enseigne les méthodes de l'e-marketing pour conquérir et recruter de nouveaux clients, générer du trafic sur un site, personnaliser la relation et fidéliser les clients. Vous apprenez à développer une campagne et des opérations PUSH, à sélectionner les annonceurs et à mesurer votre retour sur investissement. Vous accédez enfin aux clés de compréhension de l'e-réputation et aux applications du web 2.0, des réseaux sociaux et de la blogosphère. À travers des cas pratiques riches d'exemples et de connaissances, vous apprenez à construire une véritable stratégie d'influence sur la toile.

#### Webmarketing - 1 jour

**Donner de la visibilité à ses actions sur le web :**

- Différencier le référencement naturel du référencement payant. Créer du trafic sur son site. Acheter une campagne de mots clés.

**Les méthodes pour conquérir de nouveaux clients, transformer un visiteur en prospect, fidéliser ses clients, personnaliser la relation client :**

- Construire une campagne. Développer des opérations PUSH (opérations ponctuelles commerciales, type offres promotionnelles pour susciter l'achat).



### SciencesCom

Nos formations  
diplomantes

- Diplôme Directeur Financier
- Diplôme Directeur des Ressources Humaines
- Diplôme Directeur Commercial et Marketing
- Formation Audencia Executive MBA
- BADGE Responsable Commercial



#### CONTACT

Gaëlle Duchêne

02 40 37 46 11

[gduchene@audencia.com](mailto:gduchene@audencia.com)

Acquérir une connaissance des supports et moyens de communication du Web 2.0 (achat d'espace, e-mailing, newsletter...).

**Evaluer le ROI (retour sur investissement) et en exploiter les retours.**

## **Réseaux sociaux, Web 2.0, blogs et au service de son entreprise - 1 jour**

**Web 2.0 :**

- Évolution du Web : du 1.0 au 4.0. Qu'est-ce qui fait la différence avec le web 1.0. ? Philosophie du web 2.0. Activités des internautes. Impacts technologiques du Web 2.0. Idées directrices et usages du Web 2.0. : wiki, podcast, flux RSS et syndication, médias participatifs. Nouveaux services du web 2.0 à mettre en œuvre sur son site.

**Influence des communautés :**

- Qu'est-ce qu'un réseau communautaire ? Typologie des réseaux communautaires présents sur le Web. Comment fonctionne un réseau communautaire ? Comment utiliser un réseau communautaire ?

**Phénomène Blog :**

- Qu'est-ce qu'un blog ? Tour d'horizon de la blogosphère. Profil psychologique du blogueur. Influence des blogs. Les solutions techniques pour créer un blog.

**Stratégie d'influence :**

- En quoi consiste l'e-réputation ? Définir une stratégie d'influence. Définir et concevoir un dispositif d'influence.