

# Le web marketing et le e marketing

## Objectifs :

Comprendre les enjeux et les intérêts du web marketing  
Maîtriser les techniques associées  
Intégrer le e marketing dans sa stratégie de marketing globale

## Programme :

### **Intégrer internet dans la stratégie marketing**

- ✓ Décliner la politique marketing en intégrant internet : la démarche e marketing
- ✓ Auditer au niveau macro et micro économique les secteurs concurrentiels online
- ✓ Définir puis étudier les e consommateurs
- ✓ Analyser les besoins des cibles sur internet
- ✓ Mettre en place un positionnement stratégique sur le web
- ✓ Une filiation naturelle avec le marketing direct
- ✓ Permettre une approche « one to one » différenciée
- ✓ L'importance du facteur humain
- ✓ Les aspects sécuritaires (virus, spam ...)
- ✓ Aspects juridiques
- ✓ Opportunités et limites

### **Web et e marketing**

- ✓ Fixer ses objectifs web et e marketing à court et moyen termes
- ✓ Élaborer la gestion de la relation client (e-CRM)
- ✓ Gérer le cycle de vie client et le cycle de vie des offres

### **Définir le e-marketing Mix**

- ✓ Les quatre C du e-marketing
- ✓ Les différents types de personnalisation
- ✓ Tirer profit des outils de communication du net et du web marketing : Référencement, marketing viral, Buzz, Web 2.0, emailings et e-newsletters, affiliation et partenariats, e-publicité
- ✓ Organiser les outils de communication du net et du web marketing pour attirer, conquérir et fidéliser sur Internet
- ✓ E-marketing et réseaux sociaux

### **Mettre en œuvre et optimiser ses actions**

- ✓ Créer et développer son site web (fond et forme)
- ✓ Contrôler son référencement
- ✓ Surveiller son image sur les forums
- ✓ Choisir les outils adaptés
- ✓ Optimiser son ergonomie
- ✓ Sécuriser ses paiements en ligne
- ✓ Maîtriser sa logistique (préparation des commandes, livraison ...)
- ✓ Modéliser son point mort et fixer ses objectifs commerciaux
- ✓ Datawarehouse et Datamining
- ✓ Les facteurs clés de succès
- ✓ Les pièges à éviter

### **Web et e bilan**

- ✓ Evaluer l'efficacité de ses actions : indicateurs de mesure et de retour sur investissement
- ✓ Définir ses tableaux de bord
- ✓ Mesurer la transformation visiteur / client : indicateurs classiques et post-clics
- ✓ Les acteurs sur le marché : régie, brooker, référenceurs, plateforme, routeurs ...
- ✓ Retour sur investissements

**Code :** A098

**En présentiel :**

**Durée :** 2 jours

**Prix :** 990 € HT

**Lieu :** Paris

## Liste des dates :

17 au 18 janvier  
19 au 20 avril  
28 au 29 juin  
05 au 06 octobre  
06 au 07 décembre

## En distanciel :

**Durée :** 3 sessions de 0,5 jour et 1 heure de coaching individuel

**Prix :** 810 € HT

## Liste des dates :

Janvier : 17 matin, 19 matin et 20 matin  
Mars : 24 matin, 29 matin et 31 matin  
Juin : 13 matin, 15 matin et 16 matin  
Septembre : 12 matin, 14 matin et 15 matin  
Novembre : 14 matin, 16 matin et 17 matin

## Public concerné :

Responsable marketing, chef de produit, chef de marché, chef de projet web marketing, webmaster ...

## Intervenants :

Spécialiste en web et e marketing

## Pré-requis :

Aucun

## Techniques d'animation :

Alternance de théorie et de pratique.  
Exercices individuels et collectifs.  
Retour d'expériences.  
Echanges.  
Mises en situation.  
Entraînements.  
Etudes de cas.