CULTURE ET BASES DU WEBMARKETING

1260 € HT (tarif inter) | REF : WEB36
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Découvrir les dispositifs de promotion et maîtriser les leviers du webmarketing pour mettre en œuvre une stratégie digitale.

3 JOURS | **21** HEURES

PROGRAMME

Les fondamentaux du webmarketing

- Qu'est-ce que le marketing ?.
- Déclinaisons sectorielles.
- Segmentation et critère de segmentation.
- Critères différents BtoC et Btob.
- Ciblage et positionnement.

Stratégie : les étapes d'une démarche marketing

- Mix Marketing : les étapes stratégiques de la démarche marketing.
- La marque.
- Etude des marques.

Travaux pratiques : Travaux pratiques : Perception des marques, étude de cas

Histoire du web – Chiffres clés

- Démocratisation d'internet.
- Révolution numérique.
- Panorama des usages d'Internet.

Qu'est-ce que le webmarketing ?

- Définition.

Le webmarketing et le web 2.0

- Le mix digital.
- Circuit de distribution et collecte d'informations.
- Les consommateurs.
- E-commerce et cross canal.
- Chiffres clés, les différents leviers et Web analyse.

Internet des objets connectés

- Objets connectés dans le parcours client.
- Glossaire.

OBJECTIFS

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

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC
Directeurs, responsables marketing et communication, chefs de projet web Directeurs généraux, directeurs e-business
PRÉREQUIS
Aucun

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION
de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00
MÉTHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE
Théorie | Cas pratiques | Synthèse
MODALITÉS D'ÉVALUATION
Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte