

# Formation Webmarketing d'entreprise

## Objectifs de la formation WebMarketing

Le web 2.0 et son lot d'outils collaboratifs (blogs, réseaux sociaux, plateformes vidéo, ...) modifient considérablement les habitudes et les attentes des internautes. Ces changements impactent fortement les entreprises qui ne peuvent plus se contenter d'avoir un site internet et d'attendre des visiteurs !

Ces enjeux posent de nouvelles questions aux entreprises :

- Que peuvent apporter les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou Viadéo à mon entreprise ?
- Quelles sont les dernières tendances et les comportements des internautes ?
- Quels sont les nouveaux outils de communication qui permettent aux entreprises de se rapprocher de leurs clients et prospects ? - Quelles en sont les opportunités et les menaces ?
- Comment savoir ce qui se dit sur internet à propos de mon entreprise ou de mes marques ?
- Comment surveiller mes concurrents et mon marché avec des outils automatisés ?

Cette formation Webmarketing vous permettra de :

- assimiler les règles de base qui permettent aux entreprises de développer une stratégie de communication efficace sur Internet
- surveiller l'e-réputation de son entreprise et de ses marques
- formaliser un plan d'action webmarketing adapté aux besoins de son entreprise (cahier des charges)
- piloter une action de communication digitale adaptée à sa cible (blog, Facebook, Twitter, ...)

## À qui s'adresse cette formation ?

### Public :

Cette formation Webmarketing s'adresse aux responsables et salariés d'entreprise qui souhaitent faire connaître leur entreprise sur Internet en utilisant les nouveaux outils de communication digitaux



**ITgate**

Training

Your Gateway to Excellence

## **Prérequis :**

- Avoir des connaissances de base en marketing traditionnel - Connaître la stratégie commerciale de son entreprise - Maîtriser les fonctions de base de l'Internet (recherche sur Google, lecture de mails, ...) - Maîtriser les fonctions de base d'un logiciel de traitement de texte

## **Contenu du cours WebMarketing**

### **Comprendre les nouveaux enjeux du web**

Du web 1.0 au web 2.0

Les internautes acteurs de leur communication

L'influence du web sur la relation consommateur-entreprise

L'ère de la recommandation et de l'e-réputation

Les nouveaux outils de communication qui permettent aux entreprises de se rapprocher de leurs clients et prospects : les blogs, les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Viadéo, LinkedIn, ...), les sites internet, les forums, les plateformes de partage, ...

L'analyse de ces différents outils de communication on-line : opportunités et menaces, conseils d'utilisation et règles à respecter

### **Comprendre les stratégies de communication sur Internet**

Définition du webmarketing : termes, notions, ...

Les différentes stratégies de communication digitale et de webmarketing

La cohérence entre la stratégie on-line et la stratégie off-line

Le cahier des charges : cibles (cartographie de leurs utilisations et de leurs présences, choix, ...), objectifs (image, notoriété, trafic, commerciaux, ...), les moyens, la stratégie, le suivi (quels indicateurs ?), ...

### **Mettre en place une action de communication digitale**

Validation du cahier des charges

Les différentes étapes à respecter et les pièges classiques à éviter

---

**Capital Social:** 50000 DT **MF:** 1425253/M/A/M/000 **RC:** B91211472015

**Tél. / Fax.:** +216 73362 100 **Email:** contact@itgate-training.com **Web:** www.itgate-training.com

**Adresse :** 12 Rue Abdelkadeur Daghrrir - Hammam Sousse 4011 – Tunisie

Mise en ligne et prise en main des actions choisies grâce au cahier des charges

Le pilotage d'une action de communication digitale

### **Mettre en place les outils de veille et de surveillance (concurrents, marché, ...) avec des outils automatisés**

Formalisation d'un plan de veille (ciblage, besoin en informations, objectifs, ...)

La surveillance de l'e-réputation de l'entreprise et de ses marques

Recherche des sources adaptées

Utilisation des flux RSS, des alertes, des moteurs de recherche spécialisés, des réseaux sociaux professionnels, ...

## **Travaux Pratiques**

- Supports théoriques - Analyse d'outils numériques (sites, blogs, pages Facebook, ...) -

Présentation interactive de cas concrets - Mise en place pratique