

# PROGRAMME

## Concevoir une stratégie de Webmarketing performante pour ma TPE/PME

**LES PLUS** : Une formation dispensée par un expert  
Un consultant qui s'adapte à vos besoins  
Une mise en pratique pour ancrer les connaissances

### INTER ENTREPRISE

### Public

- ▶ Dirigeants et créateurs d'entreprises (TPE/PME), managers, responsables et chargés de communication.
- ▶ Toute personne amenée à définir ou prendre en charge la communication d'une PME.

### Objectif

- ▶ Concevoir une stratégie Webmarketing au service du développement de sa TPE/PME.

### Organisation de la formation

- ▶ **Durée** : 1 journée ((7 heures)

Une journée qui devra être idéalement complétée par des ateliers spécifiques : réseaux sociaux, relations presse, événementiel, inbound marketing...

- ▶ **Dates** : 27 Avril et 11 Mai 2017

- ▶ **Coût** : 350€/ jour/ personne

- ▶ **Déroulement pédagogique** :

Pédagogie active et participative qui encourage les échanges entre les participants, les mises en situation et la réflexion collective.  
Ces échanges sont complétés par l'apport de techniques et méthodologies à mettre en pratique.

- ▶ **Acquis de la formation** :

A l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Maîtriser les enjeux du digital pour leur entreprise
- Comprendre les leviers du webmarketing
- Définir et concevoir un plan d'action Webmarketing au service de leur TPE/PME

- ▶ **Lieu** : CCI FORMATION Beaune ou Dijon

### Programme

#### Introduction (25mn)

- ▶ Objectifs de la journée
- ▶ Rappel des règles et des horaires
- ▶ Présentations

#### Se familiariser avec les nouveaux enjeux liés au digital (25mn)

- ▶ Le consommateur a changé : conversation, nomadisme, immédiateté.
- ▶ Le marketing traditionnel ne fait plus recette.

#### Comprendre les leviers du Webmarketing (2h30)

##### Les leviers off-site de l'acquisition

- ▶ Le référencement : SEM, SEO, SEA, SMO.
- ▶ Le display (publicité graphique).
- ▶ Le marketing direct on-line (e-mail, newsletter, fidélisation).

##### Les partenariats et l'affiliation

- ▶ Les agrégateurs, comparateurs, guides d'achats et places de marché.
- ▶ Les annuaires généralistes et spécialisés.

##### Le social marketing

- ▶ Les grandes plates-formes sociales du marché.
- ▶ Publication, conversation et animation.
- ▶ Publicité, vente, image et notoriété.
- ▶ Marketing de l'influence, buzz, marketing viral, relations presse digitales.
- ▶ L'e-réputation, le bad buzz et le rôle du community management.

##### L'inbound marketing

- ▶ Le déploiement multicanal et la cohérence de la marque.
- ▶ Le contenu est R.O.I.
- ▶ Touchez vos cibles là où elles se trouvent.
- ▶ Blog + SEO + réseaux sociaux = bingo !

#### Atelier pratique :

#### Concevoir ma stratégie Webmarketing sur mesure (3h30)

L'après-midi est consacré à un ensemble d'exercices commentés et documentés destinés à permettre à chaque participant de travailler sur un cas concret (qui peut être sa propre entreprise).

- ▶ Définir mes objectifs : conquête, fidélisation, notoriété, image.
- ▶ Identifier mes différentes cibles.
- ▶ Trouver la juste place du web dans ma stratégie de communication : la stratégie de message.
- ▶ Sélectionner et intégrer les leviers web 2.0 pertinents pour ma stratégie de communication.
- ▶ Évaluer les coûts financiers, humains et organisationnels.
- ▶ Établir le bon timing pour mon dispositif : 1 jour ou 6 mois ?
- ▶ Choisir les bons indicateurs et suivre la performance.