

## ETABLIR UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION NUMERIQUE 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, salariés, créateurs d'entreprises (TPE-PME),  
Toute personne amenée à définir ou à prendre en charge la communication d'une PME.

### ► Pré requis

Etre en charge du pilotage des projets de communication d'une TPE-PME

### ► Objectifs

- Concevoir une stratégie de communication numérique (Webmarketing) au service du développement de sa TPE-PME

### ► Acquis de la formation

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

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

### ► Organisation de la formation

- **Durée :** 2 jours (14 h)
- **Dates :** 6 & 13 novembre 2017
- **Coût :** 350 €/jour/personne en Inter-Entreprises
- **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.

- **Lieu :** CCI FORMATION Côte-d'Or  
Place des Nations Unies  
21000 DIJON

## ETABLIR UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION NUMERIQUE 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**

### ► Programme

#### Journée 1

##### **Introduction**

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

##### **Comprendre la révolution digitale**

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

##### **Structurer sa démarche webmarketing**

- ▶ Les e-contenus
- ▶ Les e-leviers de promotion
- ▶ Les étapes du plan webmarketing
- ▶ Le web et la stratégie marketing

##### **Créer un site web efficace**

- ▶ Pour un site efficace
- ▶ Les étapes de création d'un site
- ▶ Le cahier des charges d'un site

##### **Générer du trafic avec les moteurs de recherche et l'affiliation (liens)**

- ▶ La stratégie de référencement
- ▶ Les règles d'or du SEO (optimisation du référencement)
- ▶ Les campagnes des SEA (les campagnes commerciales)
- ▶ L'affiliation ou place de marché

##### **Piloter ses campagnes Display ou publicitaires**

- ▶ Les principaux formats
- ▶ Les différents modèles d'achat
- ▶ Le retargeting
- ▶ Cibler vos clients avec l'outil Display planner

##### **Manager ses campagnes e-mailing**

- ▶ Le modèle de l'étoile e-mailing
- ▶ Les solutions de routage
- ▶ Pour un e-mailing efficace
- ▶ Les landing pages ou le bon usage des liens commerciaux
- ▶ Les tests d'e-mailing

#### Journée 2

##### **Introduction**

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

##### **Retour sur la journée 1**

##### **Maîtriser les médias sociaux**

- ▶ Panorama des médias sociaux
- ▶ Le diagnostic médias sociaux
- ▶ La stratégie médias sociaux
- ▶ Choisir ses médias sociaux

##### **Mettre en œuvre une stratégie d'influence**

- ▶ Le buzz marketing
- ▶ Les influenceurs
- ▶ L'e-réputation

##### **Définir sa stratégie de contenus**

- ▶ La stratégie de contenus
- ▶ Curation et agrégation
- ▶ Ligne éditoriale
- ▶ Le blog
- ▶ Le réseau de contributeurs

##### **Mesurer les résultats de ses actions**

- ▶ Les indicateurs clés de performance
- ▶ L'audience d'un site
- ▶ Les indicateurs clés de performance des médias sociaux