

Formation Mettre en place une stratégie webmarketing

Commerçant Commercial / Vente Marketing / Communication Digital / Web

Référence de la formation : **C406**

Villes : **Strasbourg, Colmar, Mulhouse**

Cette formation vous permettra de maîtriser les bases du marketing, comprendre les enjeux du webmarketing, définir une stratégie marketing et webmarketing, découvrir les principaux outils et concepts du marketing digital, ainsi que définir des indicateurs clés pour piloter efficacement votre stratégie.



En présentiel ou à distance **Accessible**

Durée : **3 jours (21 heures)**

Tarif Inter : **1 380 € net**

[Tarif intra sur demande](#)

Mise à jour le 30 octobre 2024

Objectifs de la formation

- Maîtriser les bases du Marketing
- Comprendre les enjeux liés au webmarketing
- Définir une stratégie marketing et webmarketing
- Découvrir les principaux outils et concepts du marketing digital
- Définir des indicateurs clés pour piloter sa stratégie

A qui s'adresse la formation ?

Public

- Tout commerçant et vendeur en magasin de détail

Pré-requis

- Aucun

Les points forts de la formation ?

- Formation opérationnelle incluant des exercices pratiques
- Formateur Commerçant qui connaît les problématiques spécifiques du métier et la clientèle des particuliers

Programme de la formation

1. Découvrir les différents types de marketing

- Découvrir le Pourquoi du marketing ?
- Appréhender l'économie de production et l'économie d'environnement
- Comprendre le marketing ?
- Optimiser les profits et construire l'offre
- Faire du Marketing ?
- Comprendre la démarche Marketing et le Marketing Mix

2. Connaissance des marchés

- Tournés vers le particulier (B to C)
- Les couples Besoins - Fonctions Marché - Produit
- La trilogie des univers
- Univers de la demande
- Univers de l'offre
- Univers de l'influence

3. Les outils du marketing

- Comprendre le Marketing d'Etude
- Faire ou utiliser les études de Marché
- Valoriser l'existant : l'information interne
- Faire de la veille concurrentielle
- Analyser les études : Qualitative / Quantitative
- Comprendre les Aspects Pull / Aspects Push
- Choisir les outils de l'Action Commerciale F de V / Publicité / Promotion
- Comprendre le Mix-Marketing

4. Qu'est-ce que le marketing digital ?

- Optimiser son site Web
- Aborder le Responsive Web
- Découvrir la publicité PPC / CPC
- Découvrir le panorama des réseaux sociaux
- Comprendre les techniques de référencement
- Aborder le Crossmédias et Outbound Marketing

5. Pourquoi réfléchir a une stratégie marketing digitale efficace ?

- Maitriser les 7 phases de marketing pour l'acquisition de contacts et de conversion

6. Quels outils de mesure de performance d'une campagne digitale ?

- Suivre les statistiques : SEO, SEA
- Comprendre les booster
- Expérimenter l'E-Mailing

7. Bonus

- Découvrir Les tendances du digital
- Comprendre la publicité sur les RS
- Rechercher vocalement
- Utiliser la vidéo
- Gérer le contenu avec l'UGC
- Aborder les influenceurs

Modalités de la formation

Modalités pédagogiques

Apports théoriques et applications concrètes
Exemples et échanges
Application et mise en œuvre

Évaluation des connaissances

L'intervenant vérifie régulièrement au cours de la formation le degré d'atteinte des objectifs pédagogiques à travers des exercices d'application, des simulations ou des études de cas

Livrables

Support de formation
Plan d'action personnel

Organisation

Formation en présentiel
Inter-Entreprises
Minimum 3 participants / Maximum 10 participants

Validation de la formation

Attestation d'évaluation des acquis
Attestation de suivi de formation



Chiffres clés

92 %

de recommandation en 2023

90.5 %

de satisfaction en 2023

6606

nombre de stagiaires en 2023