

Fondamentaux Webmarketing

Lien : https://maroc-performance.com/formation/fondamentaux-webmarketing

DURÉE	RÉFÉRENCE	CATÉGORIE
3 jours (21h)	**MC101**	**Webmarketing**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les enjeux et les intérêts du Web marketing pour son entreprise
- Assimiler les particularités du marketing digital
- Créer une stratégie marketing digitale et donner plus de visibilité digitale à sa marque
- Piloter sa stratégie digitale

POUR QUI ?

- Responsables marketing ou e-commerce
- Responsables commerciaux
- Responsables et chargés de communication
- Chefs de produits
- Collaborateurs impliqués dans une réflexion ou une action de marketing sur le Web

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / S’approprier les enjeux du marketing digital et de l'e-commerce

- Du Web 1.0 à l'Internet des objets
- L'économie du Web
- Analyse des chiffres clés du web et du e-commerce
- Les enjeux de l’omnicanal
- Les nouveaux business models du web
- Les nouveaux concepts : Category Management, Trade Marketing...
- La stratégie POEM (Paid, Owned, Earned Media)

2 / Définir sa stratégie marketing digital

- Mener un audit digital interne et concurrentiel pour se positionner
- Dresser un état des lieux : SWOT
- Définir ses objectifs webmarketing SMART pour identifier les actions marketing digital à mener
- Segmenter son audience
- Élaborer une stratégie digitale performante
- Déterminer le process webmarketing approprié à son parcours client

3 / Mettre le client au cœur de la stratégie digitale

- Les nouveaux comportements et motivations des internautes
- Le passage du modèle transactionnel au modèle relationnel
- L'Inbound Marketing
- La stratégie du Sherpa

Maroc Performance

- La stratégie Océan Bleu
- L'e-CRM
- Exploitation des données clients avec la Big Data et la Smart Data
- Faire un état des lieux des outils d'e-CRM
- Mesure de l'impact de l'e-réputation sur l'e-commerce
- L'UX Design

4 / Construire une stratégie marketing omnicanale

- La formule SEM = SEO + SEA + SMO
- Améliorer son référencement naturel
- Utiliser efficacement Google Adwords
- Lancer une campagne d'affiliation
- Diversifier son Content Marketing : blogs, livres blancs...
- Utiliser le retargeting comme outil de conversion
- Connaître les bonnes pratiques en matière d'emailing et de newsletter
- Mettre en place des partenariats : une stratégie gagnant/gagnant
- Générer du business dans les points de vente : Web-to-Store, Web-in-Store...

5 / Mesurer l'apport des nouvelles technologies dans la stratégie digitale

- Les réseaux sociaux
- Choix des réseaux selon ses objectifs
- La publicité ciblée sur les réseaux sociaux avec Facebook Ads
- Diffuser de l'information grâce à la vidéo
- Les enjeux du M-commerce et du M-marketing
- Les avantages des apps et des sites responsives
- L'intérêt de la géolocalisation et du geofencing pour les marques
- Les enjeux de l'Internet des Objets pour l'entreprise
- Quelques technologies émergentes et leurs impacts sur l'entreprise de demain

6 / Elaborer un plan marketing digital

Maroc Performance

- Intégrer le digital dans la stratégie globale de l'entreprise
- La "Value proposition" de l'entreprise
- Définir les objectifs : acquisition, fidélisation, image...
- Les avantages et best practices des marketplaces
- Créer un plan marketing omnicanal
- Planifier les actions et les campagnes Webmarketing
- Gérer les réseaux sociaux

7 / Les outils pour améliorer sa présence sur le web

- Intégrer du storytelling dans votre marketing digital
- Comprendre les différents formats publicitaires sur le Web
- Rédiger pour le Web : les fondamentaux pour être lu et vu
- Contrôler son image sur le Web : les différents outils disponibles
- Mettre la communauté au service de la croissance avec le buzz marketing et le growth hacking
- Lancer une campagne d’affiliation
- Diversifier son contenu marketing : blogs, livres blancs etc
- Utiliser le retargeting comme outil de conversion
- Mettre en place des partenariats : une stratégie gagnant/gagnant
- Générer du business dans les points de vente : Web-to-Store, Web-in-Store
- Les enjeux du marketing mobile
- Les avantages des applications mobiles
- L’intérêt de la géolocalisation et du geofencing pour les marques
- Les enjeux de l’Internet des Objets pour l’entreprise

Maroc Performance

8 / Mesurer l’efficacité de la stratégie digitale

- Les Key Performances Indicators (KPI)
- Le principe du tracking
- Les outils de mesure : Google Analytics, Omniture...
- Mesurer les performances des réseaux sociaux
- Gestion des avis, des posts et des commentaires des internautes

- Les indicateurs clés de l'e-mailing
- Le ROI de ses action (Return On Invest/Return On Influence)
- Elaboration d'un tableau de bord type du digital
- Mesure et analyse des performances SEO des concurrents

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

17 au 19 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
14 au 16 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
09 au 11 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
11 au 13 Août 2027	Présentiel - Casablanca
13 au 15 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés