

Webmarketing et Communication Digitale

Ref : webmarket2014



Initiation

Maîtriser les techniques Webmarketing

DUREE : 2 jour(s) soit 14 heures

Inter-entreprises sur Lyon et Clermont-Ferrand

Intra-entreprise et autres villes sur demande

Le Web est le média le plus utilisé au monde, les marques et les entreprises qui communiquent sur la toile doivent faire face à une forte concurrence dont la croissance est exponentielle. C'est pourquoi il est important de maîtriser les outils et les techniques du webmarketing afin d'accroître la visibilité de votre marque et le trafic de votre site internet. Proposée en inter-entreprises sur Lyon et Clermont-Ferrand, notre formation aborde les fondamentaux du webmarketing et de la communication digitale.

Public :

Tout public

Objectifs :

Être capable de mettre en place une stratégie de communication avec les outils NTIC. Comprendre et mettre en oeuvre le processus de création d'un site internet, les contraintes, les obligations, les bonnes pratiques, les outils de promotions

Prérequis :

Savoir utiliser un ordinateur

Moyens pédagogiques et techniques :

Alternance Théorie-Pratique, 1 PC ou Mac par stagiaire, Vidéoprojecteur interactif, Support de cours fourni.

Evaluation de la formation :

Evaluation des acquis : Quizz, exercice final ou entretien avec le formateur / Evaluation à chaud du déroulement de la formation

Sanction de la formation :

Attestation de formation

Formateur :

Formateur expert en développement et référencement de sites internet, en poste au sein d'une agence de communication.

Horaires :

de 8h30 à 12h00 et de 13h30 à 17h00

PROGRAMME

INTRODUCTION

Un peu d'histoire

Le Web 2.0

Vocabulaire

Les navigateurs

Les différents médias

L'ergonomie

L'accessibilité

LE DROIT DU WEB

La propriété intellectuelle
Choix du nom de domaine
Mentions légales
Les données personnelles

COMPRENDRE LES DIFFÉRENTES TECHNOLOGIES WEB

Langage côté client / côté serveur
HTML/CSS
PHP/sql
Javascript/JQuery
Les Frameworks
Les CMS

CRÉATION DU CAHIER DES CHARGES

Définition des objectifs
Définition des cibles
L'interactivité
Le E-commerce

SITE WEB MOBILE OU APPLICATION NATIVE

Une stratégie multi-canal
Application native
Application HTML5
Responsive design

LES OUTILS DU WEBMARKETER

L'E-mailing
L'affiliation
Les réseaux sociaux

LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

Un peu de vocabulaire
SEO ?
Les moteurs de recherche
White Hat et Black Hat
La longue traîne
Les rich snippet (extraits de code enrichis)
Google Panda
Google Penguin
Le PageRank
Google Hummingbird
La guideline de Google
L'importance des Backlinks
Les mauvaises pratiques
Google trends
Google analytics
Comment utiliser les réseaux sociaux pour le SEO



04 73 15 30 40
contact@oms-formation.com
www.oms-formation.com

CLERMONT-FERRAND
42 Rue Joseph Desaymard
63000 CLERMONT-FERRAND

Les signaux sociaux

RÉFÉRENCIEMENT PAYANT

Différence entre une campagne Adwords et une campagne AdSense

Objectif de la campagne

Définir son cœur de cible

Cibler les régions

Calculer le coût de sa campagne