



Académie de l'Innovation, le Spécialiste de la Formation Professionnelle

ACADEMIE MAROCAINE DE L'INNOVATION

Ensemble pour le développement de Savoir-faire de
votre personnel



GSM: 0606121057 – 06 00 200 904



h.academinnovation@gmail.com



www.academinnovation.com



Imm 27 Abdellah Ben Yassine, 2ème
Etg, Bureau 24, Casablanca



MARKETING DIGITAL



OBJECTIF DE LA FORMATION

Académie de l'Innovation Spécialiste de la formation professionnelle, formation continue et formation modulaire, vous offre une formation solide, professionnelle et bien pratique en Marketing digital (Webmarketing) pour objectifs :

- ✓ Acquérir des connaissances à la maîtrise des nouvelles technologies de communication par internet,
- ✓ Comprendre et utiliser les nouvelles technologies du Web 2.0 et du e-marketing,
- ✓ Augmenter rapidement le trafic visiteurs de votre site internet et votre fichier clients et prospects,
- ✓ Saisir les opportunités offertes par les réseaux sociaux,
- ✓ Optimiser un site internet et le référencer dans les premières positions d'un moteur de recherche,
- ✓ Savoir animer un site internet vitrine ou une boutique e-commerce (community manager),
- ✓ Suivre et corriger une e-réputation,
- ✓ Maîtriser les campagnes e-mailing et les newsletters entreprises,
- ✓ Mettre en place des campagnes Google AdWords,
- ✓ Comprendre les statistiques de Google Analytics...

PROGRAMME DE LA FORMATION :

1. Introduction : les techniques et stratégies de webmarketing :

- Benchmark des pratiques en webmarketing
- Analyse des différences de performances entre les sites leaders et les sites médians
- Les stratégies des ROIstes
- Les stratégies de branding
- Les réseaux sociaux et le webmarketing : les applications, le profil des utilisateurs, les technologies connexes et les transformations sociologiques associées.



2. Display et publicité à la performance :

- Choisir le bon format : bannières, skyscraper, pop-under, habillage de home page, vidéo pre roll, liens sponsorisés, post sponsorisés...
- Définir un media planning intégral media online,
- Maitriser ses dépenses : comprendre les différents modes de facturation,
- Les tendances à surveiller : liens contextuels, ciblage comportemental, place de marché, native advertising, publicité mobile,
- Etude de cas...

3. Lancer ses programmes de pub sur les réseaux sociaux :

- Les nouveaux formats Facebook et pratique de l'optimisation de campagnes
- La publicité sur Twitter
- Faire de la publicité sur les autres réseaux : Google+, LinkedIn, Viadeo ...

4. Optimiser son référencement naturel et payant :

- Le fonctionnement de Google et ses principaux critères de classement,
- Les mots-clés les plus demandés, ceux qui transforment le plus,
- La gestion d'une campagne de référencement,
- Les techniques officielles de référencement,
- L'optimisation on page du code,
- Rédiger des contenus optimisés pour le référencement,
- Multiplier les liens pour optimiser le netlinking,
- La complémentarité entre le référencement naturel et le référencement payant,
- Choisir les bons mots clés et le bon système de ciblage pour une campagne Adwords,
- Structurer de façon optimale une campagne d'achats de mots clés Adwords
- Comprendre les options disponibles sur Google Adwords
- Choisir et optimiser les meilleures pages de redirection
- Analyser les performances d'une campagne Adwords
- Les autres offres publicitaires de Google Adwords
- Etude de cas

5. Maîtriser les techniques avancées de référencement naturel :

- Utiliser les outils et plugin indispensables pour analyser la performance du référencement naturel,
- Détecter et gérer les cas de duplication de contenu,
- Optimiser les balises meta et les URL,
- Paramétrer les sites map XML et Google Webmaster Tool,
- Mettre en œuvre une stratégie de SMO (Social Media Optimization),
- Tenir compte des nouveautés de Google Panda et Google Penguin,
- Distinguer les techniques white-hat et black hat,
- Etude de cas.



6. Créer du Buzz ou marketing viral :

- Les objectifs du Buzz : notoriété, trafic, image, fidélisation...
- Cartographie des techniques : teasing, vidéos, jeux, concours...
- Les nouvelles technologies au service du Buzz : 3D, rich média, mondes virtuels...
- L'opération de Buzz : étapes clés, méthodologie.

7. E-mailing : collecte, qualification, fidélisation et personnalisation :

- Les 5 techniques de collecte d'adresse e-mail opt-in les plus efficaces
- La qualification active de fichiers e-mail,
- Écrire une newsletter qui fait vendre
- Systèmes de relance sélective par e-mail
- Optimiser son ROI : envoyer des e-mails contextuels
- Etude de cas

8. Optimiser son e-réputation :

- Les points de contacts sensibles entre la marque et l'internaute
- Construire une image de marque sur le long terme
- La place du buzz, du marketing viral, des relations publiques, des réseaux sociaux, des blogs, des communautés
- L'e-réputation et sa gestion
- Gérer les avis des consommateurs
- Gérer son image dans Google
- Le cas Facebook
- Le cas Twitter
- Etude de cas

9. Du tracking au web analytics :

- Organiser sa veille image sur le web
- Le trafic de l'audience
- Le tracking de l'efficacité des actions de promotion
- Le tracking des ventes
- Les outils d'optimisation de la performance des sites
- Etude de cas fin de formation.

La formation sera agrémentée d'exemples et cas pratiques et donnera lieu au développement d'exemples concrets et fonctionnels.