

MARKETING DIGITAL : E-COMMERCE, RENDRE SA E-BOUTIQUE PLUS PERFORMANTE

Contenu pédagogique

- ☐ Les fondamentaux du marketing :
- ☐ Quels objectifs pour quels résultats et comment construire son tableau de bord marketing ?
- ☐ Zoom sur le positionnement marketing :
- ☐ La première des stratégies à définir : comment la construire rapidement et efficacement ?
- ☐ Quels indicateurs prendre en compte ?
- ☐ SEO/SEM/SMO/SEA/DISPLAU/EMAILING
- ☐ Comment s'appuyer, avec cohérence sur ces différents leviers pour optimiser la performance marketing et commerciale et l'entreprise ?
- ☐ Définir les enjeux stratégiques et son plan d'actions
- ☐ Quels objectifs peut-on fixer ?
- ☐ Comment mener une étude de marché en parallèle du développement de sa visibilité et de ses ventes B2B et B2C ?
- ☐ Comment mettre en place sa stratégie, la transformer en plan d'actions concret actionnable et mesurable ?
- ☐ Définition du budget, ressources et moyens
- ☐ Piloter son projet
- ☐ Comment répartir son budget sur les différents canaux et réseaux (Google, Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, affiliation.. ?
- ☐ Comment évaluer et mesurer ses actions ?
- ☐ Principes d'utilisation des sections et des widgets

▼ OBJECTIF

Comprendre ce qu'est une stratégie de digital marketing Savoir identifier les canaux les plus adaptés aux différentes problématiques : notoriété, acquisition, fidélisation, partenariats ... Définir ses objectifs stratégiques Apprendre à orchestrer ...

▼ PUBLIC CONCERNÉ

Les dirigeants, salariés de TPE/PME, entreprises individuelles ou micro-entrepreneurs

▼ PRÉREQUIS

Aucun

▼ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Powerpoint, un PC par personne, une large place est accordée aux questions/réponses afin que chaque participant puisse comprendre

▼ DURÉE