



INTERNET 2 - Management de la stratégie webmarketing, fidélisation et gestion de la relation client via internet

Les lundi 11, mardi 12 et mercredi 13 octobre 2010. Lieu à définir

9h - 12h / 13h30 - 17h30

Coût : 375 € (si OT non cotisant au compte-groupe régional)

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser sa stratégie commerciale
- Être capable de mettre en place son plan web marketing
- Connaître et savoir utiliser les pratiques du web marketing
- Faire évoluer son site internet
- Être en mesure d'attirer et de fidéliser les clientèles sur internet

Programme

1 - Web-marketing

- Identification de sa stratégie commerciale
- Élaboration d'un plan marketing local en prenant en compte le plan marketing départemental
- En conclure les actions concrètes en respect avec les ses objectifs d'entreprise
- Identifier les actions Web à mener

2 - Les évolutions de son site internet

- État des lieux du site internet existant ; analyser son site et en déduire les éléments à refondre pour optimiser la fréquentation des internautes
- Maîtriser les connaissances techniques de la refonte d'un site internet
- Présentation des différents types de sites internet
- Définition du cahier des charges du nouveau site

3 - Attirer et fidéliser sa clientèle

- Utiliser les outils internet : promotion, publicité, e-mailing et newsletters, référencement, marketing viral, buzz, web 2.0, jeux concours, ...
- Utiliser les nouveaux outils de partage d'information pour faire parler de soi sur la toile
- Choisir ses outils d'analyse et construire ses tableaux de bord

Méthode pédagogique

Travail en ligne sur PC - Exercices pratiques

Public(s) concerné(s)

Personnes en charge du développement du site internet et de la communication
Directeurs / responsables

Intervenant

A définir