

Cours généraliste - Marketing et communication web

Définition et analyse du besoin.

Analyse de problématique et identification des enjeux.
Délimitation d'un modèle en PUSH ou en PULL.
Méthodes d'identification des objectifs à atteindre à court et moyens termes.
Influence du type de marché (BtoC-BtoB) sur la communication globale.
Analyse des risques.

Création d'une identité.

Conception d'une identité Corporate.
Délimitation d'un territoire de marque.
Identification des vecteurs de communication.
Enjeux liés aux noms de domaines.

Maîtrise des contenus.

Inventaire des contenus.
Organisation et hiérarchisation de l'information.
Identification des contenus statiques et dynamiques.
Influence du contenu pour le référencement.
Spécificité des contenus pour la presse.

E-commerce.

Processus de l'achat en ligne.
Importance de l'accès à l'information clé.
Mise en scène des produits ou services vendus.
Implications juridiques et pratiques éthiques.

Promotion d'un site.

Référencement sur les moteurs de recherche et annuaires.
Plan-média et publicité.
Communiqués de presse.
Stratégie de partenariats et d'échanges de liens.
Implications juridiques.

Outils de fidélisation.

Intégration de services à forte valeur ajoutée.
Influence des contenus.
Personnalisation.

Analyse des statistiques.

Analyser et comprendre le trafic sur un site.
Indices principaux (watches).
Adaptation de la communication au comportement des internautes.

Durée : 2 jours
MacOS/Windows

Pré-requis

Bonne connaissance du web. Maîtrise des outils de traitement d'images pour le web (Fireworks, Photoshop)

Objectifs

Vous êtes en charge d'un service de communication et vous souhaitez approfondir vos connaissances sur le marketing et les méthodes de communication dans le cadre d'un projet internet.

Horaires

Du Lundi au Vendredi
de 9h00 à 12h45 et
de 13h45 à 18h00

Matériel

Par stagiaire : PC Windows ou Mac OS X

Suivi du stage

Assistance par email après le stage