

## Comment construire une stratégie marketing digital pour son entreprise ? // #1436



### Public

Toute personne qui est amenée à promouvoir les produits et services de son entreprise et qui souhaite utiliser le canal des nouvelles technologies.

### Prérequis

Manipulation de base du canal web.

### Objectifs

Au terme de la formation, le participant sera capable de/d' :

- Établir une stratégie de marketing sur le web en sélectionnant les outils et en adaptant le message en fonction de son activité, de sa cible et de ses objectifs professionnels ;
- Mieux maîtriser les différents outils de marketing en ligne (référencement, affichage, e-mailing, affiliation, réseaux sociaux, ...) en tenant compte de son budget ;
- Évaluer l'efficacité de ses actions de marketing en ligne.

« Cette formation est agréée Chèques-Formation sous le numéro 1436 : en voici le lien direct : [fiche agréée chèque-formation \(https://www.leforem.be/catalogue-des-formations/formations/eeef0581-da7d-4e2d-a316-42c33edb99a4\)](https://www.leforem.be/catalogue-des-formations/formations/eeef0581-da7d-4e2d-a316-42c33edb99a4) . Cette fiche se retrouve dans le [Catalogue wallon des formations \(https://www.leforem.be/catalogue-des-formations\)](https://www.leforem.be/catalogue-des-formations) et vous pouvez aussi utiliser le numéro d'agrément dans la recherche par mot-clé. Le titre de la formation peut varier d'un catalogue à l'autre, sans incidence sur la validité du numéro d'agrément. »

## Jour 1 :

### Introduction

- Fonction et rôle du web marketeur ;
- Le projet de marketing digital ;
- La conduite de projet et les différentes phases d'un projet.

### UX Research

- Méthodes et bonnes pratiques dans le développement de projets intégrant la notion « d'expérience utilisateur » (UX) ;
- Lien avec les outils en marketing digital.

## Jour 2 :

### Outils du webmarketeur

- Leviers de développement du trafic et de sa notoriété
- Notions de référencement naturel et Google Ads
  - Bonnes pratiques et pratiques à bannir ;
  - Leviers d'efficacité ;
  - Equilibre entre référencement naturel et payant.
- Publicité sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram)

### Jour 3 :

- Emailings promotionnels avec MailChimp
  - Bonnes pratiques et utilisation ;
  - Amélioration de ses emailings.
- Méthodes et outils de benchmarking, de veille concurrentielle et Google Analytics

### Jour 4 :

#### Développement et évaluation de sa stratégie webmarketing

- Etablissement de sa stratégie digitale et évaluation de ses performances, introduction aux KPI

### Jour 5 :

#### Planification d'une campagne de webmarketing et clôture

- Exercice pratique de planification d'une campagne avec définition des cibles, personas, parcours d'utilisation (user journey et experience map)

## Informations pratiques

### > Droit d'inscription

- ✓ Cette formation est agréée "chèques formation".

### > Certificat - Attestation

Attestation de participation

### > Aides sectorielles à la formation

Pouvez-vous bénéficier d'une aide sectorielle ? Pour en savoir plus, consultez l'onglet **Fonds sectoriels de formation** (<https://www.formation-continue.be/aides-la-formation/fonds-sectoriels-de-formation>) .