



# Description des ateliers

## Parcours Commercialisation à travers le numérique

### ATELIER 1 | Stratégie Marketing Web

#### OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Comment identifier les piliers d'une stratégie de marketing web gagnante
- Le rôle des différents canaux de marketing web à votre disposition et leur utilité à chaque étape du cycle de vente
- Le fonctionnement des moteurs de recherche, dont Google et Bing
- Les différentes stratégies pour être visible sur les moteurs de recherche :
  - Référencement naturel
  - Référencement local (Google My Business, Yelp, Pages Jaunes etc)
  - Référencement payant (Google Ads, Bing Ads etc)
- Le rôle des médias sociaux et les bonnes pratiques associées (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest)
- L'importance du marketing "automation" (campagnes d'email)
- Les différents moyens de générer des ventes sur le web

#### DÉTAILS DE LA FORMATION

<b>Introduction</b>	<b>Définition du marketing et l'importance d'avoir une démarche structurée pour bâtir sa stratégie</b>	
<b>Module 1</b>	<b>Définir les fondations de sa stratégie web</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Définir ses objectifs stratégiques et web</li> <li>▪ Réaliser une étude de son marché cible en ligne</li> <li>▪ Définir sa clientèle cible et identifier ses personas</li> <li>▪ Définir sa proposition de valeur unique</li> <li>▪ Comprendre le parcours de ses utilisateurs</li> </ul>
<b>Module 2</b>	<b>Générer de la visibilité et convertir</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Définir sa stratégie multi-canal : comprendre chaque canal, leur rôle et utilité dans le funnel de conversion et leur complémentarité</li> <li>▪ Optimiser chaque canal : médias sociaux (gestion et publicité), référencement sur les moteurs de recherches (SEO et SEM), marketing par courriel</li> <li>▪ Stratégie de contenu</li> </ul>
<b>Module 3</b>	<b>Analyser les résultats de ses actions et adapter sa stratégie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Choisir les bons indicateurs de performance pour mesurer votre succès</li> <li>▪ Identifier les bons outils de suivis et visualiser ses données pour prendre des décisions éclairées</li> </ul>

Formations offertes par :

## ATELIER 2 | Plateformes de ventes

### OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Vendre ses produits sur Amazon et Alibaba :
  - Les pré-requis avant de vous lancer
  - Check-list des éléments à comparer pour choisir la bonne plateforme en fonction de votre marché et de vos objectifs
  - Les fonctionnalités de vente sur Amazon et Alibaba
- Créer une synergie avec vos autres canaux de ventes : implantation de ces plateformes à votre stratégie marketing web

## ATELIER 3 | Référencement naturel (SEO)

### OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Les fonctionnement des principaux moteurs de recherche (Google, Bing)
- Les principales techniques on-site et off-site qui vous permettent d'optimiser votre site web, de manière à ce qu'il devienne visible aux yeux des moteurs de recherche, et donc à ceux des internautes :
  - Les stratégies de liens ou net-linking
  - L'optimisation de contenu pour les moteurs de recherche
  - L'optimisation technique de votre site web
- Les différentes façons de convaincre les moteurs de recherche que vos pages sont les bonnes quand il s'agit de répondre à telle ou telle requête d'internaute
- Les différents outils qui vous permettront de mesurer les impacts de vos actions (Google Analytics, SEMRush, ect.)

### DÉTAILS DE LA FORMATION

<b>Module 1</b>	<b>Introduction au SEO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Qu'est-ce que le SEO?</li><li>▪ Google et Bing, comment ça marche?</li><li>▪ Indexation et positionnement</li><li>▪ Le SEO : une discipline en constante évolution</li></ul>
<b>Module 2</b>	<b>Comment améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherche?</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Les différentes stratégies de référencement sur Google</li><li>▪ Les différents étapes d'une stratégie de SEO</li><li>▪ L'optimisation technique SEO de son site web</li><li>▪ Comment construire du contenu web optimisé pour les moteurs de recherche? (articles de blog, landing page, etc.)</li><li>▪ L'importance de la stratégie de liens (Netlinking)</li><li>▪ Le rôle des réseaux sociaux dans le SEO</li></ul>

Formations offertes par :

<b>Module 3</b>	<b>La recherche de mots clés au cœur du SEO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Qu'est-ce qu'une étude de mots clés?</li> <li>▪ Sur quels mots clés dois-je me positionner : la qualité au détriment de la quantité</li> <li>▪ Comment bien utiliser les mots clés au sein de son contenu?</li> </ul>
<b>Module 4</b>	<b>Définition d'un plan d'action pour votre entreprise</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Définition de nos objectifs sur le web</li> <li>▪ Développer la visibilité de sa marque</li> <li>▪ Générer de l'intérêt sur le web</li> <li>▪ Convertir les visiteurs via votre site internet</li> <li>▪ Analyse du rôle du SEO dans l'atteinte de ces objectifs</li> <li>▪ Comment mesurer ses performances?</li> </ul>

## ATELIER 4 | Stratégie et création de sites transactionnels

### OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Vendre Les questions à se poser lors de la création d'un site transactionnel
- Choisir les bonnes plateformes technologiques
- Élaborer un plan de site efficace
- Les bonnes pratiques à suivre en termes de technique, UX, contenu
- Les outils ou extensions à intégrer

## ATELIER 5 | Publicités numériques

### OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Choisir les bonnes plateformes en fonction de vos objectifs stratégiques
- Sélectionner les bons formats de campagnes sur Facebook/Instagram, LinkedIn et Google Ads en fonction de vos objectifs
- Définir sa stratégie de ciblage et d'enchères
- Créer des publicités percutantes (trucs, astuces et bonnes pratiques)
- Analyser et mesurer la performance de vos campagnes de marketing web et le retour sur investissement de vos actions

Formations offertes par :

## DÉTAILS DE LA FORMATION

<b>Module 1</b>	<b>Tour d'horizon de l'écosystème de la publicité numérique</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Découvrir les spécificités des plateformes Facebook/Instagram, LinkedIn, Google Ads et sélectionner les plateformes appropriées en fonction de vos objectifs d'affaires</li><li>▪ Structure d'une campagne</li></ul>
<b>Module 2</b>	<b>Techniques de ciblage et gestion des budgets</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Présentation des différentes méthodes de ciblage</li><li>▪ Bonnes pratiques de ciblage – trouver un équilibre entre la précision et le volume</li><li>▪ Choisir le budget approprié en fonction de vos objectifs</li></ul>
<b>Module 3</b>	<b>Le rôle clé de la qualité du contenu</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Quel format d'annonce choisir en fonction de vos objectifs ?</li><li>▪ Bonnes pratiques rédactionnelles et dans la sélection des images</li><li>▪ Techniques de test a-b pour une optimisation efficace</li></ul>
<b>Module 4</b>	<b>Suivi des performances et mise en pratique</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Comment savoir si mes campagnes fonctionnent ?</li><li>▪ Choisir les bonnes métriques en fonction de vos objectifs</li><li>▪ Créer un rapport personnalisé pour suivre ses performances facilement</li></ul>

## **ATELIER 6 | Crédibilité/visibilité en ligne**

### OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

- Identifier et optimiser chaque levier disponible pour améliorer la notoriété de votre entreprise en ligne (avis, témoignages, certifications, stratégie de back-link, FAQ, politiques etc.)
- Identifier les bons outils à utiliser

Formations offertes par :

