



Parcours certifiant acquisition de trafic web

Les leviers pour augmenter son audience et acquérir de nouveaux clients

Code CPF : 209067

À l'issue de ce parcours vous serez en mesure d'améliorer le trafic de votre site web et d'optimiser vos investissements en articulant efficacement les différents leviers.

MODULE 1 | 2 jours

S'approprier les leviers du search et du display

Génération de trafic : les incontournables

- Définitions : visibilité, couverture, position, trafic, SEM, display...
- Panorama des leviers de la génération de trafic et combinaisons possibles.

SEO et SMO : les enjeux du référencement gratuit

- Le contenu, les liens, les boutons de partage, la structure des pages et l'architecture des sites.
- Les facteurs clés de succès de son référencement naturel.

SEA : les caractéristiques du référencement payant (SEA)

- Les programmes Google Adwords et AdSense, les autres moteurs.
- Les facteurs clés de succès de son référencement payant.

La publicité en ligne

- Les évolutions et tendances : brand safety, retargeting, Real Time Bidding, Ad Blockers.
- Les modèles de monétisation publicitaire : CPM, CPC, CPA, CPL...

Le suivi des campagnes de SEM et display

- Les indicateurs de performance.
- La mesure des résultats et leviers d'optimisation.

MODULES DISTANCIELS

- **E-quizz** en amont/aval de la formation
- Qu'est-ce que le digital a changé au marketing ?

- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?

MODULE 2 | 2 jours

Utiliser les leviers d'emailing de conquête et d'affiliation

Les nouvelles contraintes juridiques et obligations légales

- Le Règlement général sur la protection des données (RGPD).
- Le Règlement ePrivacy.

Les caractéristiques de l'e-mailing

- Ses avantages : coût, rapidité, traçabilité, spécificités, performance.
- Les différents types d'e-mails marketing : les nouvelles tendances et les nouveaux usages.

La mesure de l'efficacité des campagnes emailings

- Le pilotage et le suivi des campagnes de conquête : relances, phoning...
- L'exploitation des retours de campagnes emailing pour booster ses leads et ses ventes.

Les caractéristiques de la newsletter

- Les différents types de newsletters.
- Les indicateurs à suivre.

Le marché de l'affiliation

- Les enjeux de l'affiliation.
- Les programmes d'affiliation : typologie, contrat, animation.

MODULES DISTANCIELS

- Comment intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing ?
- Quelles sont les opportunités à saisir sur les nouveaux réseaux sociaux ?

MODULE 3 | 2 jours

Exploiter de nouveaux leviers d'acquisition online

Les chiffres clés et les tendances liées à la transformation digitale

- Saisir l'impact du digital et des nouveaux devices sur les comportements utilisateurs et les pratiques marketing.
- S'adapter à la mixité et à la complexité croissante des médias et canaux.

La stratégie social marketing

- Publication, conversation et animation : mettre en place une stratégie d'activation sociale.
- Structurer sa stratégie de content marketing : marketing de l'influence, buzz, marketing viral, RP digitales.

Le mobile

- Les stratégies mobile apps ou mobile web : choisir les solutions adaptées à sa stratégie 360°.
- L'approche mobile first et l'Appstore optimization (ASO) : générer du trafic grâce au mobile.

Les marketplaces et comparateurs de prix

- Les chiffres clés et les tendances.
- Les principaux acteurs du marché.

- Les leviers pour améliorer sa visibilité et augmenter ses ventes grâce aux marketplaces.

MODULES DISTANCIELS

- Comment mettre en place un programme d'affiliation ?
- Quelles sont les clés d'un e-mailing efficace ?

MODULE 4 | 2 jours

Piloter la performance des campagnes d'acquisition

L'optimisation des actions de génération de trafic et d'acquisition

- Mener des test AB Testing pour améliorer ses choix
- S'appuyer sur un dispositif de marketing automation pour gagner en efficacité dans ses campagnes d'acquisition.

La mesure et l'analyse des données au cœur de la démarche d'acquisition

- Identifier les KPIs à suivre pour ses campagnes d'acquisition : volume de leads, nombre de visiteurs...
- Bâtir les tableaux de bord pour évaluer la performance de ses campagnes d'acquisition et leur ROI.

Les Web Analytics

- Le principe de la mesure « site centric », « user centric » et « ad centric ».
- Construire et exploiter des rapports pour améliorer son taux d'acquisition.

Retrouvez le programme complet de cette formation sur ism.fr

PERFECTIONNEMENT

Code : EMKG2

- 8 jours - 56 heures
- Prix HT : 4510 € (repas inclus)

PARCOURS CERTIFIANT

Code : CERTWEB2

- 9 jours - 63 heures
- Prix HT : 5590 € (repas inclus)



*Option certifiante

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel FFP (CP FFP) webmarketeur attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Ce parcours est validé par l'ISQ - OPOF.

Besoin d'aide pour constituer votre dossier de financement ? Contactez-nous !
01 43 72 64 00 • inscription@ism.fr

OBJECTIFS

- Connaître les différents leviers de génération de trafic et les utiliser à bon escient.
- Combiner les différents leviers pour augmenter son acquisition de trafic.
- Améliorer la qualité de son trafic.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du marketing, avoir une culture digitale.

PUBLIC CONCERNÉ

Responsables marketing et marketing digital, chefs de produits/marché. Webmasters et webmarketeurs.

PLANNING**Paris**

- 14 - 15 mars 2019
- + 8 - 9 avril 2019
- + 13 - 14 mai 2019
- + 5 - 6 juin 2019
- + 7 juin 2019 (option certifiante)

- 3 - 4 juin 2019
- + 4 - 5 juillet 2019
- + 2 - 3 septembre 2019
- + 30 septembre - 1er oct. 2019
- + 2 octobre 2019 (option certifiante)

- 16 - 17 septembre 2019
- + 14 - 15 octobre 2019
- + 12 - 13 novembre 2019
- + 16 - 17 décembre 2019
- + 18 décembre 2019 (option certifiante)

- 25 - 26 novembre 2019
- + 19 - 20 décembre 2019
- + 20 - 21 janvier 2020
- + 19 - 20 février 2020
- + 21 février 2020 (option certifiante)

- 16 - 17 mars 2020
- + 16 - 17 avril 2020
- + 14 - 15 mai 2020
- + 15 - 16 juin 2020
- + 17 juin 2020 (option certifiante)

Journée de préparation à la certification (1 jour)

Nous vous accompagnons avant, pendant et après la formation**Distanciel**

Quiz amont

Présentiel

Journée en présentiel

Distanciel

Communauté en ligne pour échanger avec les autres apprenants
e-évaluation
Classes virtuelles
Modules vidéo

