

Durée : 2 jour(s)

## Objectifs

Comprendre les enjeux et le potentiel  
Appréhender les notions de référencement, ePub (Social ads),  
Emailing, réseau sociaux ; community management, Buzz, mobile  
marketing  
Connaître le cadre légal  
Etre capable de définir une stratégie et la mettre en place soi-même  
ou être capable de choisir son prestataire

## Pré-requis

Formation ouverte à tous DG, Direction commerciale, direction  
marketing, Webmaster  
Pas de pré-requis spécifique

## Plan de cours

1. Le cadre du Web 2.0  
Concepts, principes, applications, vocabulaire
2. Site Web et stratégie marketing du contenu, Référencement organique,  
Search Engine Marketing et Net linking  
Principes et fondamentaux  
Panorama des moteurs et annuaires  
Optimisation du contenu du site  
Recherche & insertion de mots clés pertinents dans les moteurs  
Les annonces textes (liens sponsorisés), outils...
3. E-Pub & Affiliation  
Principes  
Tendances créatives & technologiques  
Déclinaison de campagnes  
Outil de gestion, plateformes
4. Email marketing : les généralités  
Anti-spams  
Marketing de permission  
Gestion des abonnés  
Sponsoring de newsletters  
Cadre juridique
5. Buzz, médias sociaux et blog marketing  
Principes, cercles d'influence et communautés  
Réseaux sociaux  
Gestion de crise
6. Mobile marketing  
Applications mobiles  
Géolocalisation  
QRcode
7. Outil d'analyse  
Principes et exemples