

Digitalmarketing : 28 H

Objectifs

Etre capable d'intégrer Internet dans la stratégie Marketing globale de l'entreprise

Compétences à acquérir

Savoir vendre sur internet
Acquisition de trafic (SEO, SEA, Content Marketing...)
Connaissance des différentes modes d'Achat Publicitaire
Compréhension des réseaux sociaux et leurs enjeux

Programme

Introduction

1. Profil des internautes
2. Vendre en ligne
 - a. Les différents Supports de vente en ligne
 - b. Vendre sur son site e-commerce : le e-mchandising
3. Le référencement (SEM)
 - a. Search Engine Optimisation (SEO)
 - b. Search Engine Marketing (SEA)
4. La publicité sur le Web
5. Stratégie d'e-mailing : le Trigger Marketing
6. Social Media Marketing
7. Les métiers de l'internet

Bibliographie

Sites professionnels
JDN.com
ebusiness.com

Pré-requis

Avoir suivi un enseignement en marketing fondamental
Connaître les outils essentiels du web 2.0