

Gérer sa stratégie de marketing digital dans la construction

Où ?

CENTRE IFAPME CHARLEROI

Chaussée de Lodelinsart 417
6060 GILLY

Quand ?

Module 1 : Médias sociaux

Les mardis 19 et 26 mars 2019, de 9h00 à 16h30

Module 2 : Site internet et écriture web

Les mardis 23 et 30 avril 2019, de 9h00 à 16h30

Module 3 : Référencement

Les mardis 14 et 21 mai 2019, de 9h00 à 16h30

Droits d'inscription

1050€ le parcours complet

350€ par module

- Affiliés CCW (ristourne 30%): **735€** parcours complet ou **245€** par module (coût avec chèques formation : **105€** ou **35€** par module)
- Non affiliés CCW : **1050€** parcours complet - **350€** par module (coût avec chèques formation : **420€** ou **140€** par module)

Les pratiques du marketing et de la communication ont évolué. Les nouveaux médias liés au web coexistent avec les médias traditionnels et parfois même les remplacent. Aujourd'hui, disposer d'un site internet n'est plus suffisant pour une entreprise qui veut se faire connaître et gérer son image auprès de la nouvelle génération d'e-consommateurs, hyper-connectée et friande d'interactivité. Les entreprises de construction doivent absolument prendre la mesure des nouveaux outils d'e-marketing disponibles (réseaux sociaux, référencement, e-mailing ...) et apprendre à les exploiter au mieux afin de rentabiliser leurs investissements en digital marketing.

Au terme de ce parcours, vous serez en mesure de définir et appliquer une stratégie de marketing et de communication en ligne et de l'intégrer à votre stratégie traditionnelle. Vous pourrez sélectionner et utiliser les nouveaux outils à bon escient afin de développer la visibilité de votre entreprise à travers le web et d'en gérer l'e-réputation.

Bref, les nouveaux outils de webmarketing n'auront plus de secret pour vous.

Chaque module peut être suivi de façon indépendante en fonction de votre disponibilité, de vos prérequis et de vos priorités.

Au programme (42h)

Module 1 : Gérez votre présence sur les médias sociaux (14h)

- Cartographie des médias sociaux, blogs et forums.
- Spécificités de chaque média
- Bonnes pratiques et recommandations en matière de stratégie et actions marketing sur les médias sociaux.
- Définition et mise en œuvre d'une stratégie d'e-marketing 2.0.
- Fidéliser la clientèle existante (newsletters, e-mailing, réseaux sociaux ...).

Module 2 : Optimisez votre site internet et votre écriture web (14h)

- Rappel des concepts liés au marketing traditionnel et à la communication. Particularités du marketing en ligne. Paysage global des outils d'emarketing.
- Le site web. Définition d'une stratégie (identification des besoins, intégration de l'existant, planification du suivi). Ergonomie (check-list des bonnes pratiques pour se doter d'un site vendeur). Marketing du site.
- Bien rédiger sur le web (bonnes pratiques, quelques conseils).

Module 3 : Soyez visibles grâce au référencement et à la publicité (14h)

- Comprendre le référencement naturel (SEO) et payant (SEA).
- Choix des mots clés et bonnes pratiques.
- Développer sa présence et sa visibilité sur les moteurs de recherche via le référencement naturel (SEO).
- Développer sa présence et sa visibilité sur les moteurs de recherche via le référencement payant (SEA).
- Développer le trafic d'un site Web grâce à la publicité.

Public-cible

La formation s'adresse aux dirigeants d'entreprise et aux collaborateurs (marketing, communication, commercial ou administratif) du secteur de la construction amenés à communiquer et/ou gérant la stratégie commerciale et marketing de l'entreprise.

Formateur

Sébastien PIETTE, Consultant en Communication & Marketing. Spécialisé en Digital Marketing

& Marketing de l'Innovation.

www.sebastienpiette.be