Gérez votre stratégie de marketing digital dans la construction

Où ?

CENTRE DE COMPÉTENCE CONSTRUFORM LIÈGE
Rue de Wallonie, 21
4460 GRÂCE-HOLLOGNE

Quand ?

Session du 04/11/2025

Formation agréée CHEQUES FORMATION

Les mardis 4, 18 & 25 novembre 2025 de 9h00 à 16h30.

Droits d'inscription

Prix membre Embuild : 567 €

Prix non-membre Embuild : 630 €

Avantage :

- Formation agréée **chèque-formation** (Région Wallonne)

Formation disponible en intra entreprise (prix sur demande à info@emec.be)

Peut également être organisée en distanciel (via ZOOM).

Comment être visible à l'heure actuelle ?

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 (IA, réseaux sociaux, référencement, e-mailing …) et apprendre à les exploiter au mieux afin de rentabiliser leurs investissements en digital marketing.

Au terme de cette formation, 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.

Au programme (21H)

Optimisez votre site internet & Développez votre présence sur Google (7h)

Le cœur de votre stratégie de marketing digital.

- Rappel des concepts liés au marketing traditionnel et à la communication. Particularités du marketing et de la communication en ligne.
- Définition du positionnement du site internet (définition du message en fonction de l'identité de l'entreprise, de son positionnement, de ses objectifs).
- Conditions de base à satisfaire : nom de domaine, hébergement, standards techniques.
- Optimisation de l'ergonomie et du contenu : check-list des bonnes pratiques.
- Bien rédiger sur le web (bonnes pratiques, quelques conseils).
- Marketing du site : facile à trouver, visible, en parler offline.
- Analyser les visites de son site via Google Analytics.
- Comprendre le référencement naturel (SEO) et payant (SEA).
- Le choix des mots clés et bonnes pratiques.
- Développez concrètement votre présence et votre visibilité sur les moteurs de recherche en optimisant votre référencement naturel (SEO).
- Développez concrètement votre présence et votre visibilité sur les moteurs de recherche via le référencement payant (SEA) et la publicité sur Google (Google Adwords).
    - Les mots clés.
    - L'annonce.
    - Payer le clic.

Exploitez efficacement les réseaux LinkedIn & Facebook - META BUSINESS (7h)

Développez l'image de marque et la visibilité de votre entreprise de construction en exploitant tout le potentiel des réseaux sociaux.

- Rappel du contexte des médias sociaux : cartographie et spécificité de chaque média.

- Bonnes pratiques et recommandations générales en matière de stratégie et de communication professionnelle à travers les médias sociaux :
    - Définir son message en fonction de l'identité de l'entreprise, de son positionnement, de ses objectifs (visite du site, demande de devis, commande, etc.).
    - Sélection des outils (médias) en fonction du message à véhiculer, de la cible à atteindre, des moyens disponibles.
    - Définir les moyens à mettre en œuvre : Combien ? Qui ? Quelles règles de base ? Quelle stratégie de contenu ? Quelles règles d'écriture ?
    - Mesurer l'impact.
    - LinkedIn : page d'entreprise et/ou profil personnel ?
    - Facebook : comment promouvoir votre entreprise et développer le trafic de votre site web avec META BUSINESS ?
- Atelier pratique.

Intégrez l'IA dans votre stratégie de webmarketing (7h)

Comment exploiter les technologies d'IA afin d'alléger les contraintes et tâches répétitives liées à la mise en oeuvre de la stratégie de marketing digital.

- Stratégie de communication et de marketing : élaborer une stratégie de communication complète et personnalisée grâce aux outils d'IA.
- Outils recommandés et premières étapes pour leur utilisation.
- Apprendre à parler l'IA : apprendre à formuler des demandes efficaces pour obtenir des réponses personnalisées et adaptées à vos besoins.
- Création de contenu pour les réseaux sociaux : utiliser l'IA pour générer des idées de contenu, rédiger des publications, et planifier une stratégie éditoriale adaptée aux réseaux sociaux.
- Rédaction et création d'images : maîtriser la rédaction de publications percutantes et la création d'images et de visuels professionnels via l'IA pour améliorer la visibilité de l'entreprise.
- Rédaction des contenus du site Web : rédiger des articles, des fiches produits et des textes promotionnels pour mettre en avant leurs produits/services.
- Réaction aux commentaires : gérer la réputation de son entreprise de construction en générant des réponses professionnelles et pertinentes aux commentaires publiés sur les réseaux sociaux et autres plateformes en ligne.
- Optimiser le contenu de ses newsletters : apprendre à utiliser l'IA pour rédiger des newsletters ou des emailings qui suscitent l'intérêt et génèrent du trafic vers le site Web.
- Conclusion et session de questions-réponses avec conseils pratiques : résumé des points clés et questions ouvertes sur l'application de l'IA au service du webmarketing.

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