

Optimiser la présence de sa marque sur Internet

-Référence: **SII-299**

-Durée: **1 Jours (7 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Appréhender les nouveaux ressorts de la communication sur internet
- Mettre en place une stratégie de communication digitale pour sa marque
- Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux
- Piloter sa stratégie de marque online

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Responsable marketing, responsable communication, chef de produit, chef de projet marketing et toute personne en charge de la communication de marque.

PRÉREQUIS :

- Expérience souhaitable en communication d'entreprise.

Programme

- **Comprendre les enjeux et les différentes approches du e-marketing**
 - La mutation des modes de communication.
 - Du Web 1.
 - 0 aux usages collaboratifs.
 - Les impacts potentiels de l'e-réputation sur les marques.
 - Le référencement payant (Search).
 - Le référencement naturel (SEO) et ses évolutions.
 - L'affiliation et le retargetting.
- **Réussir sa stratégie de présence de marque sur les réseaux sociaux**
 - Typologies et usages des principaux réseaux sociaux.
 - Quels bénéfices et pour quelles applications métiers ?
 - L'intérêt des principaux leviers : réseaux sociaux, blog d'entreprise, réseaux sociaux propriétaires.
 - Un exemple de stratégie de marque : communication RH et marque-employeur.

- Les impacts sur l'organisation et les nouveaux rôles.
- Optimiser sa présence sur LinkedIn et Viadeo : profils, mots clés, page entreprise, flux, contenus.
- La publicité sur les réseaux sociaux : LinkedIn ads, Facebook ads, Facebook sponsored post, Facebook reach generator.
- Les réseaux sociaux spécialisés et les plateformes de partage et de curation (Slideshare, Scoopit, Pearltrees.
-).
- **Gérer efficacement sa marque sur Internet**
 - Mettre en place une stratégie digitale multicanal.
 - Passer de la communication à la conversation, savoir s'engager.
 - Le fond et la forme : storytelling et diffusion des contenus.
 - Respecter les règles et les usages : déontologie, chartes de comportement, règles Facebook, règles de modération.
 - Se préparer à gérer une situation de "crise".
 - Mettre en place une veille sur Internet : définir son périmètre, choisir et mettre en oeuvre sa méthodologie de veille.
 - S'outiller pour la veille : outils gratuits et solutions professionnelles.
- **Evaluer la performance de sa stratégie digitale**
 - Les modèles de rémunération : CPM, CPL, CPC.
 - Les indicateurs (KPI) quantitatifs et qualitatifs.
 - ROI, ROA et RONI ?



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc