



Séminaire de Formation En Webmarketing

Animé par

Mr Claude LARRIEU – **Société** : Assistance Marketing

&

Mr Nobel El Houssine BOUBAKER – **Société** : WEB 2 COM

S.I.B 2007 – Tunis le 22/11/2007



Remerciements

- SOGEFOIRES
- Membres de l'organisation du SIB 2007
- Aux participants
- Nos Clients



Séminaire

WEBMARKETING



Programme

- Rappels
- Définitions
- Le Marketing d'études
- Le Marketing Stratégique
- Le Marketing Opérationnel
- Le Webmarketing



Déroulement

- Mr Claude LARRIEU
- Mr Nobel El Houssine BOUBAKER
- Pause Café à 15H30mn
- Débat & Questions/Réponses



Objectifs

- Savoir exploitez toutes les opportunités d'Internet pour son marketing
- Apprendre à Maîtriser les fondamentaux du webmarketing
- Vous guider pour Intégrer Internet dans votre stratégie marketing
- Vous fournir les outils du Webmarketing



Objectifs

- L'Elaboration et le choix de la stratégie webmarketing
- La Préparation de votre plan webmarketing
- La Préparation du Budget de communication sur Internet
- Mesure et Suivi ROI (Return On investment)



Définitions

- L'attitude Marketing
- Marketing
- Marketing d'études
- Marketing stratégique
- Marketing Opérationnel



Le WEBMARKETING

- Internet En Tunisie
- Définition du e-marketing
- EMARKETING / WEBMARKETING
- Le "One to One" par Internet.
- Le triangle fondamental : identification, personnalisation, fidélisation.



Les Outils WEBMARKETING

- **Le Site Web : le WWW : une boutique internationale : Ense Euro = Site Web**
 1. Définition des Objectifs / Cibles
 2. Hébergement (espace et hébergeur)
 3. Nom de domaine : Toplevel, national
 4. Choix de la technologie PHP, DHTML, ASP, aspx, ...
 5. Les Sites Statiques / Les Sites dynamique / Le CMS
 6. Les Sites vitrines / Les Sites Ecommerce /Intranet /
Intégration ERP / CRM / Commande / Panier/
Epaiement



Les Outils WEBMARKETING

- La soumission : Google, Yahoo, Msn, Voila, Mirago, Lycos, ...

Choix des Langues

- L'optimisation du référencement :

Contenu texte / image / Flash / mots clés / Mise en forme / lien hypertexte



Les Outils WEBMARKETING

- Le Positionnement :

La concurrence

Le Mot Clé

Les internautes



Les Outils WEBMARKETING

- Le Pay Per Clic :
- Le Pay Per View :
- Le Pay Per Phone :



Les Outils WEBMARKETING

- Les FFA :
- Le Netlinking :
- La Popularity :



Les Outils WEBMARKETING

- L'Emailing : Personnalisation / routage / Suivi / tracking
- Les Newsletter
- Le marketing Viral
- Le Spam – l'opt-in – l'opt-out – Le double opt-in
- SpamCop



Les Outils WEBMARKETING

- Les Bannières :

Technologie : JSP; Flash; GIF

Tracking : PHPADSNEWS

Click/Affichage



Les Outils WEBMARKETING

- Les ODV & Les ODR :

Personnalisation

Espionnage



Les Outils WEBMARKETING

- Les Cyber Communautés :

Forum / Blog / IRC



Les Outils WEBMARKETING

- Le Tracking :

WEBALIZER / GoogleAnalytics / XITI / WEBORAMA



Les Outils WEBMARKETING

Préparation du plan de web marketing :

- Analyse de la situation (actions webmarketing engagées, objectif global de l'entreprise, etc.)
- Identification d'une problématique
- Analyse générale de votre environnement on-line (concurrence/cibles/marché/Forces & faiblesses/Menaces & opportunités on-line)
- Formulation d'objectifs à atteindre



Les Outils WEBMARKETING

Préparation du plan de web marketing :

- Choix d'une stratégie de communication
- Recommandations des actions de web marketing à utiliser
- Préparation d'un calendrier d'actions
- Budgétisation
- Suivi et maintenance
- Le calcul du ROI des actions e-marketing.



Les Outils WEBMARKETING

Intégrer Internet dans sa stratégie marketing

- Techniques et outils d'identification client.
- Impact sur la segmentation client et connexion avec la gestion de la relation client (CRM).
- Internet au service de la conquête et la création de trafic.
- Internet au service de la fidélisation.
- Les stratégies d'alliances et de partenariats.

Pause Café





Questions / Réponses

?



Merci pour votre

Attention