

Auditer et optimiser l'approche marketing d'un site Web

-Référence: **MR-185**

-Durée: **3 Jours (21 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Elaborer un schéma directeur d'un site web Auditer l'ergonomie, la navigation et le contenu d'un site web
- Maîtriser les techniques et outils d'optimisation d'un site web Améliorer le référencement et accroître le trafic

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Webmaster, directeur de communication, et toute personne en charge de la communication on-line.

Programme

- **Rappels sur le Web**
 - Fondamentaux de l'Internet et du Web.
 - Caractéristiques du Web parmi les médias existants.
- **Schéma directeur d'un site Web**
 - Les quatre étapes du schéma directeur.
 - Positionnement du futur site parmi les autres axes de communication.
 - Déterminer la cible du site.
 - Analyse de l'existant : identifier la problématique de communication de l'entreprise.
 - Définition des phases et du contenu du futur site.
 - Conduite de projet de développement ou refonte du site.
 - Mise en place d'une feuille de route.
 - Ressources Humaines et/ou recherche des prestataires, évaluation des coûts.
 - Travaux pratiques Travail sur un site à optimiser, défini à l'avance ou bien sur le site Web d'une entreprise participante.
- **Optimisation du site Web**
 - Ergonomie, arborescence et navigation : les règles d'or.
 - Référencement du site sur : moteurs de recherche, annuaires, sites fédérateurs et portails sectoriels.

- Stratégie de liens et partenariats dans les réseaux virtuels concernés.
- Travaux pratiques Recherche et identification de sites partenaires pour un site Web.
- **Outils d'audit du site**
 - Mesure de la fréquentation : orienté serveur et/ou orienté visiteur.
 - Mesure de l'ergonomie et du confort visuel.
 - Indicateurs clés de performance d'un site Web.
 - Travaux pratiques Définir les indicateurs clés de performance.
- **Cas particulier de la vente en ligne**
 - La force du Web pour la vente B to B.
 - La situation du commerce électronique B to C en France et dans le monde.
 - Les conditions de réussite d'un site de vente B to C.
 - Les facteurs critiques de succès.
 - Mix présence/distance : optimiser la fonction commerciale par la communication on-line.
 - Travaux pratiques Analyse en groupe des conditions de succès de plusieurs sites de vente en ligne.
- **Intégration du site dans la communication de l'entreprise**
 - Combiner le marketing sur Internet et le marketing mobile.
 - Harmoniser la charte communication.
 - Intégrer le site Web dans le mix communication.
 - Perspective et avenir du Net.
 - Travaux pratiques Retours d'expériences réussies d'intégration de communication on-line et off-line.



(+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