



► COMPRENDRE GÉRER UN BUDGET WEBMARKETING



► DÉFINITION

Les nouveaux outils de communication ont souvent un coût difficile à appréhender sur le long terme. Il faut néanmoins les intégrer dans votre gestion budgétaire.

Gérer un budget webmarketing : Combien coûte un site web ? Comment anticiper le poids du Community Management ? Peut-on prévoir le coût d'une campagne Adwords ? Comprenez ensuite comment mesurer les économies réalisées, valider la rentabilité des opérations, identifier les indicateurs pertinents, et les outils de mesure et de suivi adaptés à votre activité.



► OBJECTIFS

- Mesurer votre ROI
- Construire un tableau de bord

► POUR QUI ?

- Responsables communication
- Directeurs marketing
- Responsables de campagne e-mailing

► COMPÉTENCES ACQUISES



1 JOUR

8 HEURES (DIF)

PARIS
650 €HT

LYON
650 €HT

STRASBOURG
650 €HT

► LES ÉTAPES VERS GÉRER UN BUDGET WEBMARKETING

JOURNÉE

Votre stratégie webmarketing

- Définir vos objectifs de développement
- Faire un benchmark et analyser la concurrence
- Analyser et segmenter les typologies de cibles en fonction de vos objectifs
- Définir votre positionnement marketing
- Qu'est-ce que le webmarketing ?
- Vue d'ensemble d'un dispositif webmarketing
- Les 3 types de visiteurs

Constituer votre budget : combien ça coûte ?

- Les dépenses des entreprises
- Search Marketing : les visiteurs qui cherchent
- La définition du référencement
- Les mots-clefs
- Les budgets associés aux différentes méthodes de référencement :
- SEO
- SEM
- SMO
- Le référencement universel
- Le référencement naturel (netlinking)
- L'achat de liens et d'espaces
- Display : les visiteurs qui surfent
- Le display web
- L'emailing
- Le display offline
- Médias sociaux : les visiteurs qui participent
- Les médias sociaux
- Qu'est ce que le community management ?
- Définir votre stratégie de community management
- Définir un budget pour votre veille
- Définir budget pour votre présence
- Définir budget pour l'animation de communauté

- Votre dispositif web : convertir les visiteurs
- Vos objectifs de conversion
- Définir un budget de création, de maintenance ou de refonte de site web
- Définir un budget de blog
- Définir un budget de e-commerce
- Optimiser vos investissements en optimisant votre taux de conversion
- Définition
- Les cibles
- Les objectifs
- Les KPI
- Exemple d'analyse avec Google Analytics
- Optimisation du taux de conversion

Piloter vos dépenses : comment suivre le budget ?

- Construire votre tableau de bord
- Les dépenses récurrentes
- Les investissements
- Les dépenses exceptionnelles

Présenter un business plan : combien ça rapporte ?

- Les économies réalisées
- Les gains
- Les dépenses évitées
- Calculer le Retour sur Investissement
- Présenter un budget webmarketing



UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS !

Lyon // 04 67 57 10 39 - Paris // 01 74 90 04 04 - Strasbourg // 04 67 57 10 39

formations@tamento.com - www.tamento.com