

Mardi 26 mars 2019

## Objectifs

- Comprendre comment construire sa stratégie webmarketing en fonction du comportement du consommateur
- Savoir choisir et utiliser les leviers pour attirer, convertir et fidéliser ses clients
- Connaître les étapes clés du tunnel de conversion

## Programme

### 1. Comprendre et écouter vos prospects et clients

- - Comprendre l'évolution du marketing et du comportement des consommateurs
- - Savoir mettre en place une veille efficace
- - Connaître son client pour mieux cibler ses centres d'intérêts : créer des modèles de persona

### 2. Générer du trafic pour attirer vos clients

- - Identifier les étapes clés de l'entonnoir de conversion selon les principes de l'inbound marketing
- - Créer une présence en ligne efficace : traduire la stratégie de l'entreprise en stratégie webmarketing
- - Attirer des visiteurs depuis les moteurs de recherche et les réseaux sociaux
- - Engager les visiteurs sur son site : créer du contenu pertinent et adapté
- 

### 3. Activer les prospects pour les transformer en clients

- Collecter et centraliser les données
- - Qualifier les contacts
- - Utiliser les techniques de conversion web : optimisation du tunnel de conversion, call-to action, avis clients...
- 

### 4. Fidéliser ses clients pour en faire des ambassadeurs

- - Mettre en place un programme de CRM, un club à forte valeur ajoutée
- - Utiliser les réseaux sociaux pour engager votre communauté
- - Devenir la référence sur son secteur en devenant un média.
- 

## Méthodes pédagogiques & documents remis

Méthode participative ; Alternance d'apports théoriques, d'exercices et de mises en situation  
Partage d'expériences.

**Moyens pour suivre l'exécution de la formation :** feuille d'émargement et attestation de formation

**Moyens évaluation des connaissances :** exercices et cas pratiques et/ou questionnaire d'évaluation

## Intervenante

**Christel DANEL** – Expert-référent « Digital et marketing

## Public ciblé

Responsable et/ou Directeur de coopérative et Responsables marketing ou commercial

## Pré -requis

Avoir des connaissances en marketing

## Date et Lieu

Mardi 26 mars 2019

Avignon

## Tarif

**Tarif adhérent :**

**400€ HT / jour / Stagiaire**  
soit 480€ TTC / jour / stagiaire

**Tarif non adhérent :**

**500€ HT / jour / Stagiaire**  
soit 600€ TTC / jour / stagiaire

Plan de formation des entreprises

# Bulletin d'inscription



À retourner à : [ldupin@coopdefrance-alpesmediterranee.coop](mailto:ldupin@coopdefrance-alpesmediterranee.coop) avant **le 12 mars 2019**

Entreprise/Coopérative : .....

Adresse : .....

Code postal : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_

Personne à contacter au sein de la coopérative : .....

Fonction : .....

Téléphone : ..... EMail : .....

## Attirez et fidéliser vos clients sur Internet du 26 mars 2019

Nom, Prénom	Fonction	Adresse mail pour envoi convocation

### Facturation de la formation :

A votre entreprise

A votre OPCA.

Nom et adresse à qui envoyer la facture :

Cachet

Nom et qualité du signataire

.....

Fait à..... Le ...../...../2019

Signature :

### **Formation** : conditions générales de vente <sup>1</sup>

Coop de France Alpes Méditerranée se réserve la possibilité d'annuler ou de reporter une session, si le nombre d'inscriptions est insuffisant. L'envoi par mail de la convocation, une semaine avant la session, tient lieu de confirmation. Dans le cas où un stagiaire ne peut participer à la formation pour un cas de force majeure (maladie, accident, décès dans la famille attesté par écrit), le contrat de formation est résilié. Dans les autres situations, en cas de désistement dans la semaine précédant le stage ou d'absence au stage, 100 % du coût sera facturé à l'entreprise. La signature du bulletin d'inscription entraîne l'acceptation des conditions générales de vente.

<sup>1</sup> Ces conditions complètent les conditions générales de vente de Coop de France Alpes Méditerranée, qui sont systématiquement communiquées à tout adhérent qui en fait la demande.