



# Comment transformer votre site Internet en outil de prospection ?

## Programme de formation

### Avant Propos

**AKYOS COMMUNICATION**

**5 rue de Mayence 21000 Dijon**

**Référence : D2.4 Transformer son site en outil de prospection**

**Me contacter : 03 80 10 23 57 – secretariat@akynos.com**

**Services pratiques :** Accès handicapé, Arrêt de bus L3 ou F40 "Mayence", des lieux de restaurations pour le déjeuner sont situés autour de l'organisme de formation.

---

### Objectifs

Votre site Internet est aujourd'hui la vitrine de votre société en ligne.

Découvrez comment optimiser ce dernier de façon à en faire la pierre angulaire de votre communication digitale, génératrice de contact pour votre entreprise ?

#Stratégie #Web #Marketing #Digital

Comprendre et connaître les règles de communication d'un site internet

Transformer son site internet en tunnel de conversion rentable

### Personne concernées

Formateur : **Pôle marketing**

Stagiaire :

## Pré-Requis

Admission sans disposition particulière

Utilisation régulière d'un ordinateur, clavier et souris

Savoir utiliser les principales fonctions de Windows (copier/coller, ranger des fichiers, lancer une application)

Être connecté à Internet

## Matériels

Prévoir pour chaque stagiaire un ordinateur portable si vous en avez un, également cahiers et stylos.

---

## Programme : 14 heures

**Introduction - Comprendre les enjeux d'un site ergonomique et fluide - Réflexion sur les modalités de transformation d'un site (2h)**

**Ergonomie et Tunnel de conversion - Adapter sa stratégie de communication au sein de son site web**

- Quels sont les principaux freins d'un site qui ne convertit pas ? (Responsiv Design, Mobile Friendly, Vitesse de chargement, Accessibilité, Appel à l'action, tunnel d'achat...)
- Comprendre les besoins des internautes pour adapter son site internet

**Comprendre les particularités du commerce électronique (2h)**

- Différences commerce électronique/commerce physique

- Les différentes sources de trafic sur un site internet (référencement naturel et payant, publicité display, réseaux sociaux, emailing) et comment mettre en place une stratégie digitale.

## **Formation au référencement naturel et payant (6h)**

### **Comprendre les enjeux d'une feuille Google My Business**

- Présentation de Google My Business
- Comment créer sa page et l'alimenter régulièrement au travers des posts
- Gérer son e-réputation au travers de la modération des avis

### **Comprendre la logique de Google**

- Présentation de Google
- Le référencement naturel, à quoi ça sert ?
- Comprendre et analyser les algorithmes. Suivre ses mises à jour régulières

### **Créer un contenu de qualité**

- La gestion de la sémantique
- L'utilisation du champ lexical de l'expression clés
- Les riches médias pour un contenu plus clair
- Eviter le duplicate content à tout prix

### **Comprendre les enjeux de Google Ads**

- Comprendre les enjeux du référencement payant au travers de la régie publicitaire Google Ads
- Connaître les différents types de publicités proposées par l'outil Google Ads et ses modes de fonctionnement
- Ouverture sur Google Analytics
- Ouverture sur Google Analytics pour analyser sa stratégie web.

### **Ouverture sur Google Analytics**

- Ouverture sur Google Analytics pour analyser sa stratégie web.

## **Comprendre les enjeux des réseaux sociaux et comment ils permettent la génération de prospect au sein de votre site internet (2h)**

### **Les réseaux sociaux**

- Particularité des réseaux sociaux: communauté et viralité
- Les différents réseaux sociaux et leur utilisation : Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Snapchat, Tik Tok, Twitter- leurs particularités et leurs utilisateurs.

### **Les enjeux**

- Histoire, nombre d'utilisateurs, fréquence d'utilisation, les différents usages
- Utilisation professionnelle, pourquoi utiliser les réseaux sociaux dans une démarche commerciale, les avantages et les inconvénients (coût, ciblage, fidélisation...)

### **Mise en place des publicités - Comment générer du business depuis Facebook et Instagram**

- Utilisation de Facebook Business Manager (création, partage du compte, formats spécifiques)
- Paramétrer différentes publicités en fonction de vos objectifs publicitaires
- Mesurer l'efficacité de ses parutions payantes (statistiques Facebook & Instagram) puis réajuster son audience

## **Formation à la diffusion d'un contenu sur une newsletter (2h)**

### **Etat de l'art des outils d'emailing**

- Mailjet, Mailchimp, SendInblue, lequel choisir ?
- Focus sur Sendinblue

### **L'organisation d'une newsletter**

- Définir les axes de communication, comprendre ses objectifs, réaliser un template en adéquation à votre message
- Créer une newsletter percutante

## **Évaluations**

### **Dispositif de suivi de l'action**

L'action de formation est sanctionnée par une feuille de présence signée par ½ journée et une attestation si besoin sera délivrée pour tous les participants (adressé à l'entreprise en fin de stage).

### **Dispositif d'évaluation des résultats**

Évaluation des connaissances en fin de formation au travers de QCM et questions diverses.

### **Quatre formulaires d'évaluation de la formation**

Avant la formation (positionnement), à la fin de la formation à chaud et un mois après à froid. Au courant de l'année un dernier vous sera envoyé pour évaluer votre satisfaction pour la/les formation(s) effectuée(s) au sein de notre organisme.

**Évaluation : QCM en fin de formation.**

**Prix : 1120 € HT / personne**

## **CONCLUSION et QUESTIONS OUVERTE**