



Introduction aux communications et au marketing numériques

Description	<p>L'avènement des technologies Web a complètement transformé la manière dont les entreprises identifient, ciblent et entre en relation avec leurs clients. Les communications et le marketing s'exercent désormais en ligne et les gestionnaires peuvent compter sur plusieurs outils accessibles afin de construire leur clientèle.</p> <p>À la fin du cours, l'entrepreneur comme le responsable des communications d'une PME pourra construire et mettre en place une stratégie de communication numérique complète à travers les outils et les tactiques Web les plus efficaces. Il sera amené à réfléchir à sa réalité d'affaires dans le but d'améliorer sa notoriété de marque en ligne, de comprendre et de fidéliser sa clientèle et d'amener à un autre niveau ses initiatives de communication numérique.</p>
Objectifs	<ul style="list-style-type: none">• Comprendre le Web et ses outils• Savoir utiliser les outils Web en contexte d'affaires• Aider l'entrepreneur ou le responsable des communications à rejoindre ses clients• Créer de l'intérêt pour ses produits et services• Utiliser efficacement les réseaux sociaux afin de promouvoir ses produits et services et développer sa notoriété• Optimiser la notoriété et l'image de marque via le Web• Mieux comprendre les enjeux d'affaires liés au Web
Approche pédagogique	<ul style="list-style-type: none">• Outils pour favoriser le transfert des apprentissages dans l'action• Exposé• Études de cas, avec une attention particulière à la réalité d'affaires des participants• Partage et discussion
Éléments de contenu	<ul style="list-style-type: none">• Tour d'horizon : plateformes et pratiques• Site Web• Mobilité• Intelligence d'affaires et ciblage de la clientèle numérique

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Introduction à l'optimisation pour les moteurs de recherches (SEO) ○ Introduction à l'analyse de l'achalandage (Google Analytics) ● Courriels promotionnels et infolettres dans le but d'acquérir et de fidéliser sa clientèle ● Promotion <ul style="list-style-type: none"> ○ Concours ○ Quand la promotion tourne mal ● Pages de destination ● Création de contenus numériques ● Réseaux sociaux ● Signature de courriels ● LinkedIn, outil de notoriété, de recrutement et de réseautage
Résultats attendus	Cette formation permettra aux participants de réfléchir et de mettre en place une stratégie marketing Web adaptée à leur réalité.
Clientèle cible	Professionnel du monde des affaires, propriétaire d'entreprise ou de commerce.
Prérequis	Aucun
Durée	15 heures
Formateur	<p>Émilie Poirier, B.A.A.</p> <p>Émilie est une professionnelle en marketing à Montréal qui a fait ses débuts chez TC Media. Maintenant associée chez Coutu communication, une agence de marketing et de communication, Émilie a aussi un blogue qui traite du marketing au Québec ; www.poireidee.com. Elle publie aussi pour le Grenier aux nouvelles, et est auteure d'un livre qui paraîtra en 2016.</p>



Pour en connaître davantage, communiquer avec Monsieur Frédéric Viossat au :

Téléphone : 514-364-3320 poste 6234

Courriel : frederic.viossat@clarendeau.qc.ca