



## LIEU

Hainaut Développement  
Boulevard Initialis, 22  
7000 MONS

## DUREE

de 19h à 22h

## PARTICIPATION

Gratuit

## 19 octobre 2016: Votre entreprise en ligne : pourquoi et comment?



Au cours de cette session, vous découvrirez à travers 3 témoignages combien il est important que votre entreprise soit aussi présente en ligne. Nous commencerons par l'approche du site web. Quels sont aujourd'hui les critères auxquels doit répondre un site web pour atteindre ses objectifs ? Plusieurs aspects des sites web seront abordés, dont l'hébergement, les systèmes CMS et les noms de domaine. Nous comparerons les avantages et les inconvénients de différents systèmes. Ensuite, nous parcourrons brièvement les différents canaux en ligne, tels que blogs, publicités et médias sociaux.

Vous aurez ainsi un bon aperçu de la présence en ligne que peut occuper votre entreprise, en plus de votre site web. Nous développerons in extenso et très concrètement l'exemple de Google My Business, pour que vous puissiez le mettre en pratique dès la fin de la session.

## 26 octobre 2016: Connaissez votre entreprise et vos clients



Sous un angle plus économique et psychologique, nous décortiquerons durant cette deuxième session l'objectif qu'a votre entreprise de faire du bénéfice et le processus de prise de décision de votre client. Nous relierons chacun de ces modèles à notre site web et aux canaux en ligne que nous utilisons. Cette approche vous donnera les outils nécessaires pour augmenter votre bénéfice et impacter les prises de décision du client dans un sens positif.

Web Analytics est le principal outil qui permet d'obtenir des informations sur le site. D'autres sources d'information seront aussi passées en revue, dont le système CRM et Google Trends. Nous développerons un exemple pratique avec Google Analytics, afin que soyez paré en fin de session à mieux cerner votre entreprise et vos clients, par vos propres moyens... et, dès lors, à booster le rendement de votre entreprise.

## 09 novembre 2016: Attirez (sans payer) plus de visiteurs vers votre site web



Ce module approfondit les différents canaux en ligne. Nous parlerons en long et en large du SEO, technique utilisée pour améliorer le référencement de votre site internet dans les moteurs de recherche. Nous analyserons en détail les 3 techniques de base : contenu, technologie et liens. Le tout sera enrichi d'infos et de conseils pratiques, que vous pourrez immédiatement mettre à profit. Nous étudierons une série d'instruments SEO et développerons un exemple pratique à l'aide des Outils pour les Webmasters.

Nous examinerons aussi ce qu'il est possible de réaliser au niveau des canaux en ligne pour attirer des visiteurs intéressés vers votre site web. Nous développerons un exemple pratique avec Woorank, un outil en ligne gratuit servant à évaluer votre site web par rapport aux différentes techniques SEO de base. A la fin de la session, vous saurez où se situe votre site web par rapport au SEO et quelles mesures envisager pour apporter des améliorations.

## 16 novembre 2016: Attirez (en payant) plus de visiteurs vers votre site web



La quatrième session passe sous la loupe d'autres façons d'attirer des visiteurs vers votre site web. Nous nous pencherons concrètement sur les formules payantes de marketing en ligne et de campagnes marketing destinées à drainer des visiteurs vers le site internet. Nous exposerons les principes du SEM (marketing par moteurs de recherche) et du marketing CPC. Outre les annonces dans les moteurs de recherche, nous décrirons ce que sont les bannières et les vidéos publicitaires.

Bien entendu, nous verrons qu'il est aussi possible de faire de la publicité payante dans les médias sociaux, comme Facebook, LinkedIn ou Twitter. Après avoir participé à ce module, vous aurez la capacité d'établir un plan marketing intégrant stratégiquement les bons canaux, ainsi qu'un plan de mise en œuvre.

## 23 novembre 2016: Les médias sociaux



Dans ce module, nous traitons de l'utilisation des médias sociaux pour les entreprises. Premièrement vous apprenez à élaborer un plan stratégique, en choisissant les sujets adéquats pour chaque média social. Ainsi vous apprenez à créer un plan de contenu qui définit quel message vous diffusez sur les différents médias. Cette session est très pratique afin de vous permettre d'appliquer les acquis immédiatement. Après avoir vu en détail les plus grands médias sociaux (Twitter, LinkedIn, Facebook, ...) et savoir quels objectifs, quelle audience chacun de ces médias permet de cibler, vous apprenez à créer une campagne Facebook, LinkedIn et Twitter. Enfin nous vous donnons les outils d'analyse nécessaires pour être capables d'analyser les résultats de vos efforts.

## 30 novembre 2016: Évaluez la performance de vos actions (rapports)



Après avoir suivi toutes les étapes, comment peut-on en mesurer les effets et savoir si l'on fait bien, où des problèmes se posent et où découvrir d'éventuelles opportunités ? Les réponses se trouvent dans un rapport consultable, indiquant la façon dont performe l'entreprise.

La solution peut être un tableau de bord permettant de définir des objectifs. Nous aborderons différentes manières de réaliser ce type de tableau de bord. Nous partirons à cet effet des objectifs que vous aurez personnellement établis et définirons des KPI (Key Performance Indicators). Des codes couleurs associés aux résultats vous aideront à voir en un coup d'œil où les choses se passent bien et où vous devrez éventuellement intervenir. Pour terminer en beauté, nous vous montrerons comment combiner des données offline et online dans un seul et même tableau de bord.