

1. Professeur : Monsieur HENRY LEQUIEN

2. Objectifs

Intégrer les outils du web dans une démarche Marketing opérationnelle

3. Compétences visées

Sélectionner les techniques web pertinentes dans une planification marketing

4. Pré requis

Fondamentaux du Marketing

5. Niveau des études : Licence 3

6. Plan de cours

1) Introduction au webmarketing

- Données chiffrées
- Push et pull
- Générer des leads
- La mesure d'audience sur internet
- Permission marketing et LCEN

2) Présence sur le web

- Principes de création d'un site web
- Exemples de sites
- Contenu et navigation
- Landing pages
- Création et promotion d'un site marchand
- Bases du web analytics

3) La e-publicité

- Affiliation, search et display
- L'offre d'une régie publicitaire
- Les étapes d'une campagne de liens sponsorisés : choix des mots-clé, rédaction d'une annonce efficace, enchères
- Display et tarification
- Conseils pour la réalisation de displays efficaces
- Les formats standards de la e-pub
- La e-pub locale

4) Référencement naturel et SEO

- SEO, SEA, SEM
- Fonctionnement du SEO
- Le choix des mots-clé
- Balises HTML
- Netlinking
- La recherche universelle
- Écriture web et SEO
- L'eye tracking

5) Pratiques de l'e-mail

- Ciblage et spam
- Nettoyage des fichiers
- L'e-mail d'acquisition
- L'e-mail de fidélisation
- Le trigger marketing
- Le tracking des campagnes

6) Cas à travailler en groupes

- Exemple de campagne d'e-mailing avec création, plan fichiers et résultats (taux de clics, ...)
- Analyse et recommandations à finaliser

7) Marketing mobile

- Chiffres-clé du marketing mobile
- Grandes tendances du marketing mobile en 2011
- Exemples de campagnes SMS et de MMS en acquisition
- Exemples de campagnes d'Internet Mobile

8) Réseaux sociaux et enjeux du big data :

- Réseaux sociaux et web sémantique
- Trouver des opportunités de vente ?
- Service client et big data
- Cas Orange
- Big data et time-to-market

7. Méthodes pédagogiques

Cours magistral illustré par des exemples

Etudes de textes

8. Modalités d'évaluation des étudiants

Sur la base d'une note de contrôle continu : 40%

et d'un examen final : 60%

9. Bibliographie de référence

Non applicable