

GPS webmarketing

Un programme d'accompagnement
à la définition et la mise en œuvre de la stratégie web
pour les entreprises de la filière textile régionale



Les atouts des programmes GPS de l'ISTA



- Une approche concrète, opérationnelle, logique
- Des groupes de 5 entreprises sans concurrence frontale
- Une démarche alternant séminaires de formations et accompagnement individuel
- La présence associée de plusieurs collaborateurs de l'entreprise concernés par le web, et du dirigeant
- Des échanges, partages d'expérience et regards croisés lors des temps collectifs
- Un tour de table élargi à souhait lors des phases d'accompagnement individuel
- Des consultants-formateurs experts de leur domaine, familier de l'environnement PME et textile
- Une application immédiate au sein de son entreprise, 50% du temps en séminaire sont consacrés à la mise en pratique
- Des outils et méthodes simples et efficaces
- Une implication forte et un suivi constant de l'équipe de direction de l'ISTA
- Aucun pré requis
- Modalité d'évaluation : Réalisation d'un projet

SAVOIR-FAIRE

FAIRE

DIAGNOSTIC
&
DEFINITION DE LA
STRATEGIE

Formation 1
L'essentiel du web pour les dirigeants

1 j

Formation 2
Benchmark

1 j

Accompagnement
Diagnostic
Plan d'actions

1 j

Formation 3
Présence web & cahier des charges

1 j

Accompagnement
Cahier des charges

0,5 j

Formation 4
Webmarketing

3 j

Accompagnement
Webmarketing

2,5 j

Formation 5
SEO (référencement naturel)

1 j

PILOTAGE
&
MESURES DES
RESULTATS

Formation 6
Pilotage (KPI, Analytics)

1 j

Accompagnement
Budget - Tableau de
bord

1 j

8 j

5 j

Séminaire 1 – *L'essentiel du web pour les dirigeants*



Fournir aux entreprises un référentiel de ce que devrait être leur processus innovation.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre le contexte du digital et de l'e-commerce
- Identifier les opportunités, les menaces que présentent le digital
- Faire des choix technologiques adaptés à ses ambitions et à son contexte

Programme :

- Comprendre l'état de l'art du digital
- Définir la stratégie digitale et identifier les problématiques à résoudre avec le digital
- Définir les outils et les supports à mettre en place pour réaliser cette stratégie

Durée : 1 j

Séminaire 2 - *Benchmark*



Objectifs pédagogiques :

- Se positionner par rapport à ses concurrents directs, indirects et par rapport aux références du marché
- Découvrir le principe de MVP et le cycle de vie d'un projet digital

Programme :

- Outils et méthodes d'analyse de la présence web des principaux concurrents
- Définir le minimum fonctionnel requis
- SWOT digital

Durée : 1 j

Séminaire 3 – *Création / refonte de la présence web – Cahier des charges*



Objectifs pédagogiques :

- Structurer son approche digitale
- Mettre en œuvre les documents de cadrage nécessaires pour construire ses dispositifs digitaux sans écueil
- Découvrir le panorama des métiers et ressources gravitant autour des projets digitaux

Programme :

- Le cahier des charges : comment le construire
- Les différents types de prestataires
- Ecosystème digital
- Structure des sites et arborescence

Durée : 1 j

Séminaire 4 - *Webmarketing*



Objectifs pédagogiques :

- Comprendre la différence entre veille et e-réputation
- Mettre en place les fondamentaux de l'animation digitale

Programme :

- Veille
- E-réputation
- Définir les occasions de prise de la parole
- Construire un plan d'animation web : supports, messages, contenus, calendrier)
- Les réseaux sociaux

Durée : 3 j

Séminaire 5 – SEO (référencement naturel)



Objectifs pédagogiques :

- Outils et méthodes de référencement naturel

Programme :

- Comprendre le fonctionnement du référencement naturel
- Découvrir les outils pour définir et suivre son référencement
- Identifier ses mots-clés

Durée : 1 j

Séminaire 6 – Pilotage (Analytics, KPI)



Objectifs pédagogiques :

- Se familiariser avec Google Analytics
- Comprendre et choisir les KPI pertinents (Key Performance Indicators)

Programme :

- Découverte de Google Analytics
- Les principaux KPI : signification, leviers d'actions
- Choix de ses KPI, construction de son tableau de bord

Durée : 1 j

Accompagnement



Accompagner l'entreprise dans les différentes étapes de sa stratégie webmarketing :

- **Diagnostic et définition de la stratégie web**
 - Réaliser un diagnostic rapide de la présence web
 - Définir les objectifs et les moyens à mettre en œuvre
- **Cahier des charges**
 - Valider le cahier des charges
 - Identifier les prestataires à consulter
- **Webmarketing**
 - Analyse des premières actions déployées
 - Priorisation des actions
 - Apport méthodologique sur le plan d'animation web (supports, contenus...)

Accompagnement



- **Pilotage**
 - Validation des KPI
 - Construction du tableau de bord
 - Budget - Objectifs

Le contenu sera adapté en fonction de l'existant et des objectifs

Durée : 5 jours par entreprise

Budget

- Coût par entreprise : 10 000 € HT
- Les adhérents du Pôle Textile Alsace bénéficieront d'une aide financière de la Région Grand Est
- Votre OPCA peut être sollicité

Contact :

- Frédéric MOUGIN – frederic.mougin@ista-bs.fr 06 74 39 02 25