****

**Durée**

**7h**

**Développer la fréquentation de son site internet**

**Formation continue destinée aux professionnels des filières vitivinicoles et tourisme**

**Objectifs :**

Être capable de mettre en place des actions ciblées pour développer les visites et les ventes sur son site internet

**Durée :**

1 jour, de 9h à 17H30.

**Nombre de participants :**

5 personnes maximum (petits groupes pour plus d’individualisation)

**Lieu de la formation :**

A définir

**Tarif :**

20 euros par participant / heure, soit 140 euros /

Jour / personne (ces frais de formation sont

entièrement pris en charge par les OPCA VIVEA,

OPCALIM et FAFSEA)

**Profil :**

Cette formation s’adresse à tous les viticulteurs ou professionnels du commerce du vin possédant un site internet et souhaitant améliorer la fréquentation de ce site afin de développer la notoriété de leur marque, les ventes ou réservations de leurs produits ou services.

**Pré-requis :**

Savoir utiliser un ordinateur et naviguer sur internet, avoir un site internet et un compte gmail.

**Méthodes pédagogiques :**

La pédagogie proposée est pratique, active et participative. La méthode de travail s’appuie sur l’alternance entre les échanges d’expériences, les apports théoriques et les ateliers pratiques de création d’outils.

**Evaluation :**

Exercices pratiques tout au long de la formation

Questionnaire en fin de formation.

**Le formateur :**

Le formateur a exercé des responsabilités pendant plus de 15 ans dans le secteur de la distribution, notamment comme Directeur de magasins VIRGIN MEGASTORE et MILONGA (groupe CULTURA). Aujourd’hui consultant/formateur pour les entreprises (CULTURA, CHAUSSEA, LA HALLE, GALERIES LAFAYETTE…), il enseigne aussi le marketing, la stratégie et le management en école de commerce (KEDGE, IDRAC, ISEG…).

Passionné par le secteur du vin, il est aussi diplômé WSET niveau 3, et chef d’entreprise, créateur de la marque Musical Wines, première boutique en ligne de vente de vins Rock en France et en Europe.

****

**Compétences visées :**

A la fin de cette formation, vous serez capable de

* réaliser un diagnostic technique et commercial de son site internet
* identifier les sources principales de trafic d'un site internet
* mettre en place une stratégie de création de trafic adaptée à sa cible et à son budget
* mettre en place des actions ciblées et adapté à ses objectifs pour développer les visites et les

ventes sur internet

* suivre les résultats de ses actions

**Programme**

**Développer les visites sur son site internet avec Google**

1. Les différents outils de diagnostic commercial et technique d'un site (atelier pratique)
2. L'analyse du référencement Google d'un site internet (atelier pratique) et le fonctionnement de l'algorithme Google
3. définir une stratégie: les cibles, la segmentation et le positionnement
4. les actions possibles pour développer les visites sur son site internet:

-l'importance et le choix des Mots-clés et expressions pertinentes pour développer le trafic direct (atelier pratique)

-développer du contenu pour son site : les différents formats de contenus (articles, photos, liens...), quel contenu produire pour améliorer son référencement (atelier pratique)

- le référencement payant : comment ça marche? quel budget ?

-le calendrier commercial

- La publicité sur Google, la publicité sur les réseaux sociaux : comment ça marche? quel budget?

- La cible locale, cible à ne pas négliger: les outils Google mybusiness et Google maps (atelier pratique)

- Les moyens complémentaires de visibilité locale avec les réseaux sociaux (Facebook, instagram)

1. Suivre les résultats de ses actions avec les outils d'analyse de fréquentation et de conversion d'un site (Google analytics, semrush, website grader, woorank, atelier pratique)

**Informations et inscriptions**

**Stéphane Truchot**

[**stephane@laformationdigitale.fr**](mailto:stephane@laformationdigitale.fr)

**www.laformationdigitale.fr**

**Tél. 06 73 40 17 17**