

OBJECTIFS :

Comprendre les concepts et les spécificités du marketing digital et être capable d'identifier les éléments clés d'une stratégie de marketing digital réussie.

- Identifier et utiliser les outils et règles du marketing digital pour planifier efficacement des campagnes.
- Développer et articuler une stratégie marketing digital claire avec des objectifs spécifiques.
- Exécuter et gérer de manière proactive les campagnes de marketing digital à travers divers canaux.
- Analyser les performances des campagnes pour continuellement optimiser les stratégies de marketing digital.

PRÉREQUIS & ACCESSIBILITÉ :

Prérequis :

Familiarité générale avec l'utilisation d'Internet et des médias sociaux.

Accessibilité :

- Le public cible pour ce programme est toute personne travaillant dans le domaine du marketing ou qui s'intéresse à développer une stratégie marketing digitale pour leur entreprise ou leur propre projet.
- Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap, merci de consulter notre référent handicap.

DURÉE : 2 jours / 14 heures

V23.1

màj : 01/23

Méthode pédagogique et encadrement :

Cette formation est animée par un formateur expert dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées selon les critères qualité d'Aptitudes 21.

L'animation est composée d'apports théoriques, de mises en situations professionnelles et d'exercices pratiques.

Moyens pédagogiques :

Ordinateurs, logiciels, tableau blanc, vidéo-projecteur, écran.

En fin de formation, vous aurez un accès à la plateforme pédagogique Aptitudes 21 sur laquelle vous pourrez consulter et télécharger vos supports de formation.

Modalités d'évaluation des objectifs et des résultats :

L'évaluation des objectifs se fait par le formateur, pendant la formation avec les exercices pratiques, les interactions et les mises en situation pratiques.

Le formateur complète un livret d'évaluation selon une grille de compétences précise.

Lieu : 61/69 rue Camille Pelletan
Espace Emeraude
33150 Cenon

Contenu de la formation

Les spécificités du marketing digital

- Les règles
- Les indicateurs
- Les fichiers ou base de données
- Les outils
- Les réseaux : réseaux sociaux, forums, blogs, newsletters...
- Le référencement
- Les exigences

Stratégie marketing digital

- Réflexion sur les objectifs : acquisition d'une nouvelle clientèle, travail de la notoriété, fidélisation...
- Travail sur la veille de marché et la veille concurrentielle
- Analyser le comportement de ses consommateurs
- Définir ses actions en fonction de sa cible
- Définir les plateformes de communication
- Panoramas des actions de marketing digital
- Créer du contenu et le partager
- Tenir un blog professionnel
- Travailler à partir de son site web
- Gérer sa présence sur les réseaux sociaux
- Utiliser l'e-mailing
- Gérer l'e-réputation
- Analyser les retombées de votre communication digitale

Exercices pratiques

- Réflexion sur la stratégie à développer en fonction de son activité
- Définir son plan d'actions