

MARKETING DIGITAL



Présentation

Cette formation vous apporte toutes les clés du marketing digital avec une vision stratégique et opérationnelle, nécessaire à une intégration dans votre démarche marketing globale. Les principes et enjeux clés de la stratégie webmarketing, du référencement, des médias sociaux sont décryptés de façon pragmatique permettant une transposition aisée dans une entreprise.

Objectifs

S'approprier la démarche et les outils pour définir une stratégie marketing digital



Durée formation

2 jours de formation



Certification

TOSA® Centre Agréé

Public :

Tout public (salarié, demandeur d'emploi...).

Prérequis :

Responsable marketing, chef de produits et chef de marché

Chef de projets marketing digital en prise de fonction



MARKETING DIGITAL



Programme



Principes et enjeux de la stratégie marketing digital

- Évolution des technologies et des usages : CX et UX design, objets connectés, big data, chatbots,...
- Revisiter les segmentations classiques
- Stratégies marketing digital : inbound marketing et brand content

Les clés de la stratégie webmarketing

- L'E-mix marketing
- Les clés d'une stratégie marketing digital : transparence, interactivité, géolocalisation, 365-7-24
- E-réputation et identité numérique
- Enjeux du cross canal : conversion et fidélisation
- L'analyse d'audience : tableau de bord, indicateurs et ROI

Marketing des moteurs de recherche

- Le référencement naturel (SEO), le référencement payant Adwords (SEA)
- Méthodologie pour optimiser son référencement sur les réseaux sociaux (SMO)
- Piloter et challenger ses prestataires internes et externes

Utiliser les médias sociaux pour mieux communiquer

- Cartographie des médias sociaux
- Stratégies et actions marketing sur les médias sociaux
- Développer la relation-client via les médias sociaux