

DÉCOUVRIR LE MARKETING DIGITAL

Contenu pédagogique

Pour le contenu détaillé, veuillez consulter le programme spécifique de l'organisme de formation en cliquant sur "télécharger" (ci-dessous colonne programme).

Typologie du besoin

Tirés par des usages « grand-public » comme le e-commerce, les outils numériques deviennent des leviers de plus en plus performants pour les services marketing. Omnicanal, e-marketing, e-CRM, SEO, SEM, automation marketing sont les nouveaux outils qui doivent être intégrés par le responsable marketing.

Intégrant nativement des outils de mesure, ces outils numériques permettent de suivre ses actions et surtout d'optimiser ses budgets en mettant en place des tableaux de bord de pilotage.

Ce domaine reste encore jeune et en constante évolution. Il est souvent difficile de voir clair pour tirer parti de ces nouveaux leviers au profit de son entreprise.

Les objectifs de cette formation sont de faire le point sur le domaine du e-marketing, de fournir des clés pour identifier les différents outils mobilisables autour de sa relation client sur l'ensemble de son cycle de vie, que ce soit dans une stratégie de conquête, de fidélisation ou de réactivation.

Objectifs de la formation

Les objectifs de cette formation sont de faire le point sur le domaine du e-marketing, de fournir des clés pour identifier les différents outils mobilisables autour de sa relation client sur l'ensemble de son cycle de vie, que ce soit dans une stratégie de conquête, de fidélisation ou de réactivation.

Population à former

OBJECTIF

Consulter la rubrique "détail de la formation"

PUBLIC CONCERNÉ

Tous salariés d'entreprise, plus spécifiquement les acteurs en capacité à administrer la présence de l'entreprise sur internet

PRÉREQUIS

Consulter la rubrique "détail de la formation"

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

-

DURÉE

Tous salariés d'entreprise, plus spécifiquement les acteurs en capacité à administrer la présence de l'entreprise sur internet