

MARKETING DIGITAL

Contenu pédagogique

Pour consulter le programme de l'organisme de formation, veuillez cliquer sur "télécharger" (ci-dessous colonne programme)

Le monde du marketing a basculé depuis plusieurs années sous l'influence de l'Internet et des nouveaux usages numériques. C'est désormais l'ensemble du parcours client qu'il convient d'adresser différemment afin d'avoir une visibilité sur le web et proposer de nouvelles transactions avec ses clients.

Définir un plan d'action marketing digital devient un véritable challenge pour les directions marketing des TPE / PME.

Introduction :

- Les fondamentaux marketing : objectifs, stratégies, mix-marketing, plan d'action, ressources et KPI.
- Zoom sur le positionnement marketing : la 1ère des stratégies à définir et comment le construire rapidement et efficacement
- Quels métriques faut-il prendre en compte.
- SEO / SEM / SMO / SEA / Display / Emailing : comment s'appuyer sur ces différents leviers dans une ensemble cohérent pour la performance marketing et commerciale de l'entreprise.

Définir les enjeux stratégiques et le plan :

- Quels objectifs peut-on fixer.
- Comment mener une étude de marché en même temps qu'on développe sa visibilité et ses ventes, en B2B et B2C.
- Comment réaliser sa stratégie, la transformer en plan d'action concret actionnable et mesurable
- Définition du budget, ressources et moyens

Piloter son projet :

- Comment répartir son budget sur les différents canaux et réseaux (google, facebook, twitter, linkedin, youtube, affiliation...)
- Comment évaluer et mesurer.

▼ OBJECTIF

- Comprendre ce qu'est une stratégie de marketing digital- Savoir identifier les canaux les plus adaptés ou différentes problématiques (notoriété, acquisition, fidélisation, partenariats ...)- Définir ses objectifs stratégiques- Apprendre à orchestrer ...

▼ PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants salariés, responsables communication et marketing, consultants

▼ PRÉREQUIS

Aucun

▼ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Intervenant expert du marketing digital. Rappel des fondamentaux du marketing et application sur les différents canaux numériques. Études de cas pour mettre les participants en situation.

▼ DURÉE