



Institut du digital et de l'audiovisuel

MARKETING DIGITAL À 360°

PROGRAMME DE FORMATION

ORGANISME DE FORMATION ENREGISTRÉ SOUS LE NUMÉRO 76-66-02156-66 SIRET 828 857 334 00027
/ CODE APE 8559A
CET ENREGISTREMENT NE VAUT PAS AGRÉMENT DE L'ÉTAT

Durée : Flexible

Pré-requis : Vous êtes chargé de la communication digitale ou vous travaillez sur des projets liés au digital (marketing produit), et vous souhaitez comprendre l'utilité des différents canaux/outils existants, savoir comment les mettre en place et animer votre « communauté » afin de rentabiliser au mieux votre site web.
Elle est transversale à tout secteur d'activité.

Modalités d'évaluation : Il sera demandé à chaque stagiaire de se soumettre à une évaluation des acquis par le biais de questions orales / écrites (QCM).

Public concerné : Tout public

Prises en charge possibles : par Pôle emploi / par votre OPCO / en fonds propres

Accessibilité aux personnes handicapées : Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Lieu de la formation : En présentiel à Cabestany (4 rue Albert Caquot, 66330) ou sur plateforme e-learning.

Tarifs : Nous contacter

Moyens pédagogiques : Plateforme e-learning + travaux pratiques + tutorat individuel

Délai d'accès : Les inscriptions doivent être réalisées deux semaines avant le début de la formation.

CE QUE VOUS ALLEZ APPRENDRE À RÉALISER

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Cette formation à 360° permet d'aborder l'ensemble des thématiques liées au marketing digital. Vous comprendrez l'utilité des différents canaux/outils existants, saurez comment les mettre en place et animerez votre « communauté » afin de rentabiliser au mieux votre site web et optimiser la performance de votre entreprise.

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les participants seront formés par un professionnel du digital et de la communication. Ils auront accès à la plateforme e-learning Karamel Prod, accessible 24/24, sur laquelle ils trouveront des modules vidéos de cours et des exercices liés à chaque thématique. Leur formateur individuel les accompagnera dans la prise en main des outils dès le départ et suivra le bon déroulement des « blocs de compétence ».

COMPÉTENCES ACQUISES EN FIN DE PARCOURS DE FORMATION

- Comprendre les concepts clés du marketing numérique, y compris les avantages, les limites et la planification.
- Comprendre diverses options de marketing et de publicité en ligne, y compris les moteurs de recherche, e-mail et marketing mobile.
- Comprendre et utiliser les services d'analyse pour suivre et améliorer des campagnes
- Comprendre les différentes options de présence sur le Web et comment sélectionner les mots-clés appropriés pour l'optimisation des moteurs de recherche.
- Reconnaître les différentes plates-formes de réseaux sociaux, mettre en place et utiliser des plates-formes communes.
- Comprendre comment une gestion efficace des réseaux sociaux facilite la promotion et favorise la génération de prospects.
- Utiliser un service de gestion des réseaux sociaux pour planifier les messages et mettre en place des notifications.

CONTENU DE LA FORMATION

1 – COMMENT ADAPTER MA COMMUNICATION WEB À MES CIBLES ?

- Le parcours client sur le web, lien entre outils sociaux et site web.
 - Le site web : les fondamentaux pour convertir ses visiteurs en prospects :
 - . créer une page web efficace,
 - . créer des opportunités d'action,
 - . construire le maillage interne : les liens,
 - . collecter des contacts : la génération de leads.
 - Le site e-commerce : les bonnes pratiques pour optimiser votre canal de vente digital :
 - . créer une page produit pour déclencher l'achat,
 - . les fondamentaux d'un site e-commerce qui rassure et engage.
 - L'e-mailing et la newsletter : recruter, fidéliser et amener le consommateur jusqu'à votre site web :
 - . les principales composantes d'un e-mailing,
 - . position dans le parcours client,
 - . planification et envoi.
 - Savoir écrire pour le Web et pour être lu : techniques fondamentales.
- Atelier : rédaction d'une page pour son site web (selon contexte d'entreprise de chaque participant).

2 – COMMENT FAIRE DE MON SITE WEB UN CANAL DE CONVERSION EFFICACE ?

- Stratégie de contenu : quoi et comment créer pour être vu.
 - Introduction aux réseaux sociaux : animer votre communauté (Facebook, Twitter, LinkedIn...).
 - Introduction aux médias sociaux : déployer votre stratégie de contenu vers votre communauté (YouTube, Instagram, votre blog ...).
- Atelier : repérer sur le Web différentes pratiques d'entreprises et en conclure leurs stratégies.

3 – COMMENT FÉDÉRER MA COMMUNAUTÉ GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX ?

- Stratégie de contenu : quoi et comment créer pour être vu.
- Introduction aux réseaux sociaux : animer votre communauté (Facebook, Twitter, LinkedIn...).
- Introduction aux médias sociaux : déployer votre stratégie de contenu vers votre communauté (You- tube, Instagram, votre blog ...).

Atelier : repérer sur le Web différentes pratiques d'entreprises et en conclure leurs stratégies.

4 – COMMENT AMÉLIORER MA VISIBILITÉ SUR LE WEB ?

- Les liens sponsorisés (AdWords) : fondamentaux de la publicité ultra-ciblée.
- La publicité et l'affiliation : capitalisez sur le trafic des autres sites.
- Le netlinking : échangez des liens.

Atelier : améliorer la visibilité sur le web à partir d'un exemple.

5 – COMMENT PILOTER L'ACTIVITÉ MARKETING DIGITAL ?

- Concevoir votre plan de communication digital : quelles cibles, avec quels moyens, pour quels objectifs ?
- Les outils de pilotage : le plan d'action digital.
- Les outils de mesure de la performance : les indicateurs clés ou KPI.

Atelier : construction de son plan marketing digital.

CONTACT



idaformation



www.ida-institut.fr



0448070586