



Institut du digital et de l'audiovisuel

PERFECTIONNER, PILOTER ET MESURER SES ACTIONS MARKETING DIGITAL

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 : Cette formation s'adresse à tout salarié, indépendant ou gérant d'entreprise impliqué dans la communication et le marketing numérique. Avoir une bonne connaissance de l'environnement web et informatique est essentiel.

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

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

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

CE QUE VOUS ALLEZ APPRENDRE À RÉALISER

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'identifier le processus de décision vous permettant de communiquer avec justesse. Vous comprendrez quels sont les parcours types de vos clients sur le web.

Vous serez capable de comprendre également les pratiques et les stratégies de vos concurrents et de concevoir votre propre stratégie de communication digitale avec un plan d'action approprié.

Vous apprendrez aussi à automatiser vos actions marketing, à pointer vos actions de manière adaptée pour atteindre votre cible et vos objectifs finaux.

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les participants seront formés par un professionnel du marketing digital et du social selling.

Nos formateurs sont impliqués dans une démarche de qualité pédagogique. Ils sont attentifs et réactifs aux difficultés éventuelles du stagiaire afin d'assurer le bon déroulement de la formation et l'acquisition des compétences.

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

LES FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL

- Identifier le processus de décision pour communiquer juste
- Identifier les lieux consultés par mes sources: sites web, communautés, réseaux sociaux
- Comprendre le parcours client sur le web, lien entre outils sociaux et sites web
- Les fondamentaux pour convertir ses visiteurs en prospects

STRATEGIE DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

- Repérer sur le Web différentes pratiques d'entreprises et en conclure leurs stratégies
- Quelles cibles, avec quels moyens, pour quels objectifs?
- Concevoir stratégie de communication digital
- Construire son plan d'action marketing digital
- Automatiser ses actions marketing

PRÉSENCE WEB

- Concevoir un interface utilisateur efficace
- Créer des pages web optimisées pour la conversion
- Optimiser ses call-to-action pour booster la conversion

E-COMMERCE

- Le site e-commerce : les bonnes pratiques pour optimiser votre canal de vente digital
- Créer une page produit pour déclencher l'achat

E-MAILING

- Les principales composantes d'un e-mailing
- Les règles pour une Newsletter efficace
- Recruter, fidéliser et amener le consommateur jusqu'au site web • Mettre en place des actions d'automatisation d'emailing

STRATÉGIE DE CONTENU

- Optimiser des contenus pour le Web
- Concevoir une stratégie de contenu adaptée à sa cible

MARKETING SOCIAL

- Concevoir une stratégie éditoriale : Objectif, cible, ton
- Animer sa communauté en fonction de sa cible, du réseau et de ses objectifs
- Déployer une stratégie de contenu adaptée a sa communauté
- Evaluer et choisir ses outils social media
- Communiquer via les influenceurs
- Veille et partage de contenus pertinents pour sa cible
- Concevoir un storytelling

RÉFÉRENCEMENT & SEO

- Créer une stratégie de référencement naturel efficace
- Optimiser son site internet pour un meilleur référencement
- Perfectionner sa fiche Google My Business pour le référencement local
- Mettre en place une stratégie de backlink efficace

SEA/SMA

- Mettre en place des actions de publicité ultra-ciblée.
- Construire un plan de marketing affiliation
- Mieux gérer ses campagnes Social Media avec le Pixel Facebook
- Techniques avancées de SMO : Social Media Optimization
- Optimiser ses campagnes de publicité Google Ads
- Optimiser ses campagnes de publicité Facebook Ads

ANALYSE ET PILOTAGE DES ACTIONS MARKETING

- Les outils de pilotage du plan d'action marketing digital
- Les outils de mesure de la performance
- Les indicateurs clés ou KPI
- Optimiser ses taux de conversion
- Tracker ses campagnes SEA avec les UTM Google Analytics
- Analyser ses actions Google Ads & Facebook Ads

CONTACT



idaformation



www.ida-institut.fr



0448070586