

PROGRAMME DE FORMATION

Développer et fidéliser sa clientèle grâce au marketing digital

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Former les participants aux méthodes et outils du marketing digital pour développer leurs activités.

A l'issue de la formation, la stagiaire sera capable de :

- Concevoir une stratégie de marketing digital efficace et cohérente avec les objectifs commerciaux.
- Exécuter la stratégie de marketing digital en se focalisant sur les meilleures pratiques.
- Mettre en place des outils d'aide à la décision (KPI, tableaux de bord)
- Monitorer la performance des actions et des canaux numériques

Introduction au marketing digital

- Définition, enjeux, avantages, risques et contraintes du marketing digital
- L'écosystème du marketing digital

Analyser la concurrence en ligne et la clientèle cible

- Maîtriser les outils de veille stratégique et concurrentielle en ligne
- Etudier, cibler et segmenter son audience : Méthodes et outils
- Panorama des outils de veille concurrentielle et benchmark
- Mise en pratique : Projet fil rouge, phase 1

Planifier la stratégie de marketing digital et de réseaux sociaux

- Référencement naturel (SEO)
- Stratégie omnicanale : Parcours client - Analyse et choix des canaux

Concevoir et gérer les contenus de marque (Content Marketing)

- Revue des différents types de contenus (Blog, Vlog, etc.)
- Stratégie éditoriale, Inbound marketing, storytelling, Growth Hacking

Booster sa visibilité par des campagnes publicitaires payantes (SEA)

- Principales plateformes de publicité en ligne (Google Ads, Meta Ads)
- Maîtriser les formes de publicité en ligne et les méthodes de tarification

Méthodes d'allocation des ressources et budgétisation

- Les différentes approches : Historique, ROI,
- Principaux postes du budget : prendre en compte les coûts cachés

Monitorer la performance

- Revue des outils Analytics et étude approfondie de Google Analytics
- Mettre en place ses KPI et son tableau de bord

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation se réalisera selon le modèle de pédagogie active axée sur le contexte de l'entreprise :

- Apports conceptuels et méthodologiques
- Ateliers pratiques à partir des problématiques et objectifs de l'entreprise et des stagiaires
- Mises en situation (conception, réalisation et compte rendu d'un projet)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- QCM/Quiz, tests de contrôle des acquis à chaque étape
- Oral d'évaluation des travaux pratiques

Public visé

Toutes personnes amenées à gérer le développement commercial d'une clientèle, un marché, une marque, un produit.

Prérequis

Savoir utiliser un ordinateur et naviguer sur internet

Durée de la formation : 30 H

Formateur : Expert en marketing digital.

Moyens techniques :

- Plateforme de Visio-Formation pour les formations synchrones
- Les stagiaires devront disposer d'un ordinateur équipé d'une webcam, d'un micro avec accès à internet, et d'une connexion 4 G

Sanction : Attestation de formation

Prix : communiqué sur demande. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin

Accessibilité aux PSH :

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Un référent handicap est disponible afin d'étudier toute demande d'adaptation pédagogique ou organisationnelle.