



MARKETING DIGITAL ET STRATÉGIE

Dernière mise à jour le 20/06/2023.

OBJECTIF

Acquérir les compétences nécessaires pour concevoir, mettre en œuvre et analyser une stratégie de marketing digital efficace, en tirant profit des différents canaux et en optimisant les ressources disponibles.

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

- Concevoir une stratégie de marketing digital adaptée aux objectifs de l'entreprise.
- Identifier et exploiter les canaux de communication digitaux les plus pertinents.
- Mesurer et analyser les performances des campagnes marketing pour en optimiser les résultats.
- Mettre en place des techniques d'optimisation des conversions et de marketing automation.
- Gérer et ajuster le budget marketing en fonction des performances et du retour sur investissement.

PUBLIC CONCERNÉ

Professionnels du marketing, responsables communication, chefs d'entreprise et entrepreneurs souhaitant maîtriser les enjeux et les outils du marketing digital pour optimiser leur stratégie.

MODALITÉS D'ACCÈS

Sur inscription ou demande de devis, réalisation sous 2 à 4 semaines.

MODALITÉS DE DÉROULEMENT DE L'ACTION DE FORMATION

Formation individuelle ou en groupe dans vos locaux ou à distance en visio-conférence.

Tarif

NOUS CONSULTER

Réf.

PRO-000043

Contact

0750031226
contact@formaestro.fr
www.formaestro.fr

PRÉ-REQUIS

- Aucun

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Si vous êtes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter au préalable afin que nous puissions définir ensemble les modalités nous permettant de vous former dans les meilleures conditions.

MÉTHODES ET MOYENS MOBILISÉS

Alternance d'apports théoriques et mises en situation pratiques.



Niveau

Sans niveau de qualification



Modalité

Présentiel



Effectif par session

1 mini > 10 maxi



Durée

14 heures / 2 jour(s)



PROGRAMME

Introduction au Marketing Digital et Stratégie

Introduction au marketing digital

- Définition et enjeux
- Les différentes disciplines du marketing digital
- Les tendances actuelles et futures

Les bases de la stratégie marketing

- Analyse SWOT
- Segmentation, ciblage et positionnement
- Les objectifs marketing SMART

La stratégie de contenu

- Les types de contenus
- Le calendrier éditorial
- La ligne éditoriale

Les canaux du Marketing Digital

Le référencement naturel (SEO)

- Les bases du SEO
- Optimisation on-page et off-page
- Les outils de suivi et d'analyse

Le référencement payant (SEA)

- Les différents types de publicités en ligne
- La création et optimisation de campagnes publicitaires
- Le suivi et l'analyse des performances

Les réseaux sociaux

- Présentation des principales plateformes
- Les bonnes pratiques pour chacun des réseaux sociaux
- Les indicateurs clés de performance (KPI)

Le marketing par e-mail

- Les bases de l'emailing



- Les outils et techniques
- Les indicateurs de performance et optimisation

Analyse de performance et optimisation

Web analytics et indicateurs clés de performance (KPI)

- Introduction aux outils d'analyse web
- Les KPI essentiels pour le marketing digital
- L'interprétation des données et la prise de décision

L'optimisation des conversions (CRO)

- Les techniques d'optimisation des conversions
- Les tests A/B et multivariés
- Les outils d'analyse et de suivi

Le marketing automation

- Les bases du marketing automation
- Les outils et plateformes
- Les scénarios et déclencheurs d'actions automatisées

Retour sur investissement (ROI) et budget

- Le calcul du ROI
- La répartition du budget marketing
- Les ajustements et optimisation du budget

INTERVENANT(S)

Formateur consultant expert dans son domaine.

ÉVALUATION

Auto-évaluation et/ou QCM pour évaluation des connaissances avant entrée en formation et évaluation des acquis en cours ou en fin de formation.

ATTRIBUTION FINALE

Attestation des acquis / Certificat de Réalisation