

Marketing digital

7900,00 €HT

9480,00 €TTC

*Obtenez -15% sur le total de votre commande
à partir du 2ème participant*

Durée: 11 jours (77 heures)

Prochaine promotion : 04 mar-24 sep 2021

Modalité : Présentiel

Niveau : Avancé

Code CPF : 247360

Formation certifiante

Ce certificat est en partenariat avec l'ESCP
Business School



Présentation

Réunissant les meilleurs experts du marché, le Certificat Marketing Digital offre la possibilité aux décideurs marketing de donner un nouvel élan à leurs connaissances en digital. Vous travaillerez concrètement sur un plan d'actions marketing pour intégrer efficacement le digital dans votre stratégie marketing-communication.

[Voir la formation dans votre compte CPF](#)

Objectifs

- Avoir une vision synthétique de l'évolution du digital et des nouvelles tendances
- Définir la place du digital dans votre stratégie marketing-communication
- Savoir la décliner en termes d'objectifs et de KPIs
- Bien définir les dispositifs de présence sur Internet (web, médias sociaux, mobile)
- Maîtriser les fondamentaux opérationnels de chaque sujet
- Bien choisir les bons prestataires et outils
- Assurer le pilotage opérationnel de vos actions

Compétences acquises

- Comprendre les enjeux du digital pour les entreprises
- Acquérir les savoir faire permettant d'élaborer un plan e marketing
- Connaître les principaux leviers d'acquisition et de fidélisation sur internet
- Maîtriser les indicateurs clés de performance de ses actions webmarketing

Pré-requis & Profil des participants

Il convient d'avoir une base solide en marketing ainsi que plusieurs années d'expérience.

Elle convient aux personnes amenées à gérer et développer la visibilité de leur marque et/ou de leurs produits/services sur et grâce à Internet. Cette formation s'adresse à des personnes ne maîtrisant pas précisément les techniques de l'e-marketing. En revanche, elle requiert une bonne maîtrise du marketing.

Programme

Module 1 : Stratégie

Jour 1 :

Présentation du cursus, Sandrine Macé & Hervé Druetz

- Objectifs pédagogiques
- Présentation des intervenants
- Mode de validation

Internet : nouveaux usages et comportements, Sandrine Macé

Prêts pour la disruption, Frédéric Fréry

Synthèse et tendances sur l'évolution du digital, Hervé Druetz

- Synthèse des grandes phases d'évolution du web
- Impact sur les stratégies marketing/communication
- Décryptage des grandes tendances clés

Jour 2 :

Intégration du digital dans la stratégie de l'entreprise, Hervé Druetz

- Présentation d'une méthodologie de travail sur les plans marketing-communication
- Présentation d'exemples et d'études de cas

Préparer son plan marketing digital, Hervé Druetz

- Atelier pratique : mise en oeuvre de la méthodologie

Module 2 : Visibilité

Jour 3 :

Le search marketing, Nicolas Kusz

- Les évolutions du marché
- Les fondamentaux SEO/SEA
- Comment les intégrer dans les plans marketing (budget, externalisation / internalisation...)
- Étude de cas
- Conclusion : les points clés
- Comment aller plus loin ?

Jour 4 :

La publicité display, Hervé Druetz

- Marché du display et nouvelles tendances
- Du web planning à l'audience, l'heure de la programmation
- Mise en place d'une campagne display. Du brief au bilan...
- Optimisation et arbitrage des investissements publicitaires media

Préparer son plan marketing digital

- Présentation de la problématique marketing (diagnostic, ciblage, positionnement)
- Débrief entre les responsables pédagogiques et les participants

Module 3 : Média sociaux et contenu

Jour 5 :

Les réseaux sociaux : synthèse de l'évolution et tendances, Laurent Laforge

- Définir une stratégie sur les médias sociaux
- Les types d'opérations selon les objectifs
- Comment créer son écosystème sur les médias sociaux
- Content marketing : du territoire de communication à la création de contenu (brand content, UGC, planning conversationnel)
- Créer, maîtriser et monitorer la conversation sur le web

Jour 6 :

Transformation digitale et stratégie de marque, Alexandre George

- Définir une stratégie digitale dynamique de marque
- Réécrire les repères fondamentaux de la plateforme de marque : mission et valeurs, codes et positionnement, value proposition.

Brand content, Production et diffusion, Cyril Dhénin

- Réconcilier Brand Content et Content Marketing
- Changer d'échelle avec la Content Factory et le Content Hub : focus sur les modes d'organisation des ressources (internes et externes).
- Maîtriser la stack technique du contenu
- Piloter l'investissement et la performance

Module 4 : Data et CRM

Jour 7 :

Données principales sur le marketing à la performance, Thierry Decroix

- Focus sur 5 leviers à la performance
- Les modèles économiques
- Les notions clés pour arbitrer son budget webmarketing
- Exercice de synthèse

Jour 8 :

CRM, Programmes relationnels et Emailing, Bruno Florence

- Fondamentaux du CRM
- Les typologies de CRM en fonction de l'activité
- Stratégies d'animation d'un programme CRM on-line. Exemples détaillés
- Focus sur le canal email
- Invité : Data Driven Marketing
- Raphaël Fétique, Convertéo
- Débrief entre les responsables pédagogiques et les participants

Module 5 : Pilotage

Jour 9 :

Des indicateurs aux tableaux de bord, panorama des mesures Internet, David Lelièvre

- Les indicateurs clés de votre plan marketing digital

- Les différents univers de la mesure digital et principaux outils de mesure à connaître
- Mise en place des tableaux de bord simples et efficaces selon les destinataires

Le commerce connecté, David Lelièvre

- Les enjeux stratégiques d'une stratégie crosscanal
- Le phygital et la digitalisation du point de vente
- Evolution des comportements des consommateurs face au commerce connecté
- Etude de cas : analyse d'une stratégie crosscanal

Jour 10 :

Remise en perspective du cursus, Hervé Druetz

- Intégrer le digital dans une stratégie marketing-communication

Structurer, rédiger et vendre son plan marketing digital.

- Matrice d'activation
- Retours sur les éléments clés du plan
- Synthèse sur les baromètres et éléments financiers

Préparer son plan marketing digital

Module 6 : Soutenances

Jour 11 :

Restitution des plans e-marketing

Planning de la prochaine promotion

Date de début	Date de fin	Adresse
09 déc 2020	10 déc 2020	CCM Benchmark Group 94 rue de Provence 75009 Paris
21 jan 2021	22 jan 2021	ESCP Business School 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
11 fév 2021	12 fév 2021	ESCP Business School 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
04 mar 2021	05 mar 2021	ESCP Business School 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
26 mar 2021	26 mar 2021	ESCP Business School 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
15 avr 2021	16 avr 2021	ESCP Business School 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
17 mai 2021	18 mai 2021	CCM Benchmark Group 94 rue de Provence 75009 Paris
21 juin 2021	22 juin 2021	ESCP Business School 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
05 juil 2021	06 juil 2021	ESCP Business School 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
24 sep 2021	24 sep 2021	ESCP Business School 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris