

Les fondamentaux du marketing digital

3 jours / 22 heures

21 heures collectives

1 heure de mentorat distanciel

1 600 € HT | Réf. : M06

SEO, landing page, lead nurturing, réseaux sociaux, emailing, brand content... Initier des stratégies adaptées à ses besoins

Compétences visées

Activer les bons leviers pour mettre en place ou optimiser une stratégie webmarketing globale et évaluer les performances de ses campagnes.

Objectifs

- ✓ Définir le vocabulaire et les concepts clés du webmarketing
- ✓ Concevoir une stratégie globale
- ✓ Optimiser son site web
- ✓ Nurturer ses prospects
- ✓ Animer des réseaux sociaux
- ✓ Mesurer les performances des campagnes

Programme

Définir le vocabulaire et les concepts clés du webmarketing

- Identifier les tendances majeures
- Déterminer les 6 leviers de persuasion
- Rappeler les grands principes du RGPD
- **Exercice en groupe : illustrer les différents leviers de persuasion par des exemples concrets**

Concevoir une stratégie globale

- Schématiser le tunnel de conversion
- Cartographier les grandes familles de contenus
- Mieux comprendre ses clients, leurs enjeux et problématiques
- **Jeu de rôle / mise en situation : proposer des parcours clients adaptés aux préférences, problématiques et contraintes des prospects**

Optimiser son site web

- Améliorer le SEO : rappeler les termes clés et mettre en place des techniques d'optimisation pour un site mieux référencé
- Enrichir l'UX : identifier les leviers permettant d'améliorer l'expérience utilisateur sur son site
- Concevoir des landing pages efficaces : exploiter les leviers de persuasion pour mieux convertir
- **Mise en pratique : construire une landing page autour d'un cas pratique**

Public concerné

Cette formation s'adresse à tous les professionnels de la communication et du marketing.

Pré-requis

Une bonne culture digitale et marketing est recommandée pour suivre cette formation.

Profil de l'intervenant

Consultante webmarketing avec plus de 5 ans d'expérience en animation de formation.

Nurturer ses prospects

- Construire des workflows grâce au marketing automation
- Optimiser ses emailings
- Affiner ses campagnes grâce au remarketing
- **Étude de cas : identifier les bonnes et mauvaises pratiques en matière d'emailing, à partir d'exemples réels**

Animer des réseaux sociaux

- Appréhender le paysage social média et ses principales tendances
- Construire une ligne éditoriale
- Collaborer avec des influenceurs
- **Étude de cas : analyser et décrypter la stratégie social media de plusieurs marques, B2B comme B2C**

Mesurer les performances des campagnes

- Lister les indicateurs clés
- Concevoir de meilleurs reportings
- Utiliser les outils d'Analytics
- **Cas pratique / mise en situation : construire un reporting à partir d'une situation concrète**

LES FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL

Sessions programmées

Consultez notre site pour connaître les dates des sessions programmées en présentiel et en distanciel

Modalités en présentiel

Parcours pédagogique

Quiz de positionnement > 3 jours présentiels continus > Quiz de connaissances > Mentorat distanciel (1 heure en tête à tête avec l'intervenant)

Méthode pédagogique

Active + interrogative + démonstrative : mises en situation et jeux de rôle, démonstrations, exposés théoriques, études de cas, exercices individuels et en groupe, mise en pratique, learning by teaching, mentorat

Moyens techniques

- 1 poste par participant (Mac ou PC, selon votre choix) fourni par nos soins
- Poste de l'intervenant relié à un grand écran ou vidéoprojecteur

Ressources

- Supports de cours dématérialisés
- Abonnement de 3 mois à tuto.com
- Abonnement de 6 mois (3 numéros) à étapes :
- Inscription au forum des swashers

Modalités en distanciel

Parcours pédagogique

Quiz de positionnement > 3 classes virtuelles discontinues (3 x 1 jour) > Quiz de connaissances > Mentorat distanciel (1 heure en tête à tête avec l'intervenant)

Méthode pédagogique

Active + interrogative + démonstrative : mises en situation et jeux de rôles, démonstrations, exposés théoriques, études de cas, exercices individuels et en groupe, mise en pratique, learning by teaching, travail individuel intersessions, mentorat

Moyens techniques

- Classe virtuelle créée par nos soins
- Chaque apprenant participe à la session avec son ordinateur, connecté à Internet et équipé
 - d'un micro et d'une caméra

Évaluation

- Validation des acquis pendant la formation grâce à des mises en situations et la réalisation d'exercices pratiques
- Suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques par l'intervenant
- Évaluation à chaud (remplie en fin de formation) et à froid (à 60 jours)