Formation Concevoir et piloter son plan marketing digital

Durée : 14 heures

Certification : BTS négociation et digitalisation de la relation client

Prix : 1650

Référence : 21011521

Catégorie	Communication et Marketing
Sous-catégorie	Marketing Digital
Pour qui ?	Responsables marketing et commerciaux, chefs de produits, managers opérationnels, chargés de communication, dirigeants
Prérequis	Connaissance des fondamentaux du web et du marketing
Objectifs pédagogiques	Gérer les Relations client à distance et digitalisation, Bâtir et optimiser son plan marketing digital Mettre en œuvre les différents leviers du marketing digital Intégrer les actions en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise Mesurer et interpréter les performances Relation client à distance et digitalisation (Bloc 2 BTS Négociation et digitalisation de la Relation Client)
Contenu de la formation	CERNER LES ENJEUX DU DIGITAL DANS LA STRATEGIE MARKETING L'état des lieux et les chiffres clés en France et à l'International Le consommateur 3.0 : ATAWAD, SOLOMO, ROPO... Du FMOT au ZMOT et cross canal L'Inbound marketing Les dernières tendances : commerce connecté, Web to Store... L'Océan bleu, ou la création de nouveaux espaces stratégiques Le Big Data et le e-CRM Réflexion collective : brainstorming et échanges croisés entre stagiaires sur les possibilités du digital au sein de leurs entreprises respectives BATIR UNE STRATEGIE DIGITALE GAGNANTE ET EFFICACE

	Positionnement de l'entreprise : SWOT, PESTEL... Benchmark, comment le réaliser ? Définition d'objectifs SMART Les techniques de référencement, clés de la visibilité digitale de l'entreprise Paid, Owned et Earn Media (POEM), les principes d'acquisition Les leviers : branding, performance Jeu de rôle : à partir d'un cas réel choisi, les stagiaires définissent la stratégie marketing digital mettant en œuvre les méthodologies et connaissances acquises lors de cette première journée APPREHENDER LES BENEFICIAIRE DU WEB 2.0 et 3.0 POUR L'ENTREPRISE Etat des lieux et chiffres clés Usage des différents réseaux sociaux Apport du mobile dans la stratégie de l'entreprise : les 5P du mobile Geomarketing, Streetmarketing, Showrooming, Geofencing Nouvelles stratégies virales et marketing d'influence Marketing de contenu Technologies innovantes au service du marketing digital Etudes de cas : maîtriser son e-réputation à partir de démonstrations d'outils dédiés, exemples de gestion d'e-réputation PLANIFIER ET BUDGETER SA CAMPAGNE DIGITALE Mise en œuvre d'un planning de campagne Les outils à notre disposition : Gantter... La mesure des performances : tracking Quels indicateurs de performance et pourquoi ? Analyse et pilotage des résultats. Panorama des outils : Google Analytics, Omniture,... Organisation du reporting Définition d'un plan d'action Exercices : construire un tableau de bord, exemple d'élaboration d'un tableau de bord cross-canal

Suite de parcours possible	Responsable e-communication Responsable de communication Directeur(rice) de la communication Responsable digital Responsable e-marketing Chef de projet e-marketing Responsable marketing Brand manager Directeur(rice) marketing
Éligible au CPF	Oui

FINANCEMENTS

OPCO
OPCA
FAF
Pôle Emploi
La Région

CONTACTS

IFFP - Tour Belvédère SPACES
1 Cours Valmy 92 800 Puteaux

01 80 88 44 55

administration@iffp.pro