



FORMATION MARKETING DIGITAL

Objectif pédagogique

- Acquérir et assimiler les connaissances nécessaires sur le marketing digital.

Contenu & durée

- 10 modules
- Environ 40 heures
- 100 % distanciel



Niveau

- Tous niveaux
- Certification interne

Prérequis technique

- Ordinateur ou tablette fonctionnelle
 - Connexion internet
-



PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Avec la modification du comportement des consommateurs, le marketing digital est devenu quasiment obligatoire et omniprésent. Qu'il s'agisse d'achat en ligne ou en magasin, il est aujourd'hui très facile et sans bouger de chez soi de comparer les offres et le rapport qualité/prix. Une entreprise qui a pignon sur rue a donc tout intérêt de développer sa présence en ligne si elle veut figurer parmi les choix de son marché.

Les consommateurs ne recherchent pas seulement la qualité au meilleur prix. Ils veulent aussi vivre une expérience autour de l'acte d'achat. C'est là que le marketing digital entre en jeu. Les marketeurs du web rivalisent d'ingéniosité et de technicité pour capter et retenir l'attention des internautes.

C'est un métier qui demande des compétences techniques et une grande créativité pour réussir à se démarquer et faire vivre aux consommateurs la meilleure expérience d'achat possible.

La formation Marketing Digital vous fait faire un tour d'horizon des différentes compétences et stratégies fondamentales à mettre en place pour développer la notoriété d'une marque :

- La construction d'une offre irrésistible ;
- Les stratégies d'e-mailing ;
- Les stratégies sur les réseaux sociaux ;
- Les stratégies de trafic organique et payant.

À travers les 10 modules de la formation, vous deviendrez :

- Un expert du marketing digital ;
- Autonome vis-à-vis de vos campagnes publicitaires ;
- Un ambassadeur de la marque que vous représentez.

Vous vous forgerez un rôle central au sein de l'entreprise, en lien avec les différents pôles qui peuvent la composer. Le marketing en ligne se distingue énormément du marketing traditionnel. Il est important de savoir entrer en contact avec les usagers et recréer les liens de confiance que l'on peut avoir avec les rencontres physiques. Là où l'exercice se complexifie, c'est qu'il faut également satisfaire les exigences des différents algorithmes. Ces compétences techniques ne s'improvisent pas et cette formation vous permet de gagner un temps considérable dans leur maîtrise et le retour sur investissement.

Cette formation vous prépare à affronter sereinement ce secteur ultra concurrentiel et vous offre des opportunités dans un métier d'avenir.



PROGRAMME DE FORMATION

Module 1 : Les bases du marketing digital

Dans ce premier module, vous découvrirez les bases du marketing digital avec les différents leviers mis à votre disposition, l'élaboration d'un profil d'acheteur type, mais surtout la compréhension du cheminement du client.

- Les tendances
- Les leviers
- Le chemin du client
- Les différentes étapes
- Les 4 P

Module 2 : Définir sa stratégie

Dans ce module 2, vous verrez véritablement ce qu'est le marketing stratégique et serez en mesure de définir quel type de modèle économique vous souhaitez adopter et avec quelles campagnes de marketing digital vous souhaitez appuyer votre modèle économique.

- Les stratégies
- Les modèles économiques
- Le Business Model Canvas

Module 3 : Proposer des offres irrésistibles

Nous allons voir ensemble comment définir des offres qui vont attirer vos prospects.

- Les points d'entrée
- Une offre fermée
- Lead Magnet
- Créer des offres ultra-promotionnelles
- Les outils pour construire des offres

Module 4 : Créer du contenu attractif

Dans ce module, nous allons vous apprendre à créer du contenu puissant qui attirera votre cible, vos fans, vos followers et vos lecteurs.



- Rédiger du contenu attractif
- Le tunnel
- La marche à suivre pour écrire du contenu de qualité

Module 5 : La puissance des moteurs de recherche

Dans le module 5, nous aborderons ensemble le Search Marketing : nous verrons la puissance des moteurs de recherches et comment les utiliser pour optimiser vos contenus.

- Cibler les requêtes
- Rassurer la demande des internautes
- Optimiser le support selon le média

Module 6 : Google Analytics et les leviers payants

Dans ce module, nous verrons comment analyser les données de votre site web. Cela vous permettra de connaître les points forts et les points faibles de vos campagnes marketing.

- L'analyser des données
- Les indicateurs de performance
- Bien choisir sa plateforme
- Le reciblage

Module 7 : Le Marketing par courriel

Nous allons voir ici comment rédiger un e-mail selon le type de destinataire : B2C ou B2B. Vous apprendrez à développer votre base de données et à fidéliser votre cible. Nous verrons également comment favoriser l'ouverture de votre e-mail marketing et quel contenu choisir.

- Smartphone ou ordinateur
- Les différentes méthodes d'envoi
- Rédiger un e-mail
- Lire les données

Module 8 : S'implanter sur les réseaux sociaux

Ce module a été réalisé dans le but de vous aider à définir votre stratégie sur les réseaux sociaux.



- Social listening
- Sélectionner les bons réseaux sociaux
- Savoir vendre sur les réseaux sociaux

Module 9 : Le split testing

Dans ce module, nous nous intéresserons au split testing, aussi appelé « test AB ». Nous verrons ensemble que ce test vous aidera à choisir les meilleures options pour votre site web ou votre application mobile.

- Le split testing ou test A/B
- Optimiser les pages
- Lire les résultats

Module 10 : Conseils pour réussir votre campagne de marketing digital

Dans le dernier module, nous allons voir comment éviter certaines erreurs afin de ne pas freiner la croissance de votre entreprise. Nous vous livrerons également les dernières clés pour réussir dans le marketing digital.

- Les erreurs à éviter
 - Les outils essentiels du succès
 - L'insertion professionnelle
-