



FORMATION INTER-ENTREPRISES *

2 jours

Marketing digital : Construire son plan d'actions

à partir de 880 € net de taxe par participant**OBJECTIFS DE LA FORMATION**

- Comprendre ce qu'est une stratégie de marketing digital
- Identifier les canaux les plus adaptés ou les problématiques les plus pertinentes (notoriété, acquisition, fidélisation, partenariats)
- Définir ses objectifs stratégiques
- Organiser les différents canaux dans une suite logique cohérente
- Mesurer les résultats

PUBLIC VISÉ

Tout public

AIDES AU FINANCEMENT **

Cap Emploi
Opérateurs de Compétences (OPCO)
France Travail
Entreprise

*** sous conditions***MODALITÉS PÉDAGOGIQUES**

100% Présentiel

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Remise d'une grille d'auto-évaluation des acquis sur les compétences travaillées lors de la formation

Mise en situation
Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

Processus d'évaluation des acquis tout au long de la formation

Evaluation de fin de formation individuelle par le formateur

MODALITÉS D'ACCÈS

Bulletin d'inscription
Demande de devis

ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

Contactez-nous

** Toutes nos formations sont possibles en INTRA-ENTREPRISE (devis sur demande).*

Retrouvez toutes les informations sur
laho-formation.fr

► N° Vert **0 805 384 384**



PROGRAMME DE LA FORMATION

Mettre en œuvre sa stratégie de production et de diffusion de contenu en fonction de leurs typologies

Introduction : pourquoi rentrer dans l'ère marketing de contenu ?

- Notions méthodologiques d'un plan marketing digital et sa gestion de projet, pourquoi et comment créer des personas permettant de déterminer des ensembles de besoins et d'usages auxquels répondront les contenus ?

Les 3 grandes familles de marketing de contenu (les spécificités de chaque vecteur, gestion d'un calendrier, gestion d'un budget et gestion des ressources)

- Internes/externes :
- Paid média (la e-publicité, l'affiliation, le display)
- Real Time Bidding (publicité sur les réseaux sociaux)
- Owned média (Blog, e-mail marketing, site internet)
- Page Facebook, SEO et rédaction pour le web
- SMO et fondamentaux du community management
- Earned media :
- Analyse et audit des influenceurs
- Approche méthodologique
- Marketing viral
- Relation presse digitale
- Net-linking

Analyse web et mesure des actions

- Quels sont les KPI (indicateurs clés) ?
- Comment construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie ?
- Comment analyser l'audience, ainsi que les comportements des utilisateurs/clients ?
- Déetecter les tendances et identifier des usages
- Les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience
- Mettre en place du test and learn (A/B testing), en fonction des indicateurs d'audience et de comportement

Optimisation des supports

- Site e-commerce
- Fiche produit Article
- Contenu...

