



FORMATION INTER-ENTREPRISES \*

2 jours

# Marketing digital : Construire son plan d'action

à partir de 780 € 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

## PRÉ-REQUIS

Aucun pré-requis

## AIDES AU FINANCEMENT \*\*

Cap Emploi  
Entreprise  
Opérateurs de Compétences (OPCO)  
France Travail

\*\* sous conditions

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

100% Présentiel

## MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

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

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Processus d'évaluation des acquis tout au long de la formation  
Remise d'une grille d'auto-évaluation des acquis sur les compétences travaillées lors 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**



# 89,31%

DE TAUX DE SATISFACTION  
LAHO FORMATION

## 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, SEet rédaction pour le web

- SMet 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 ?
- Détecter 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...

## CETTE FORMATION EST PROPOSÉE DANS NOS CENTRES DE :

**AULNOY-LEZ-VALENCIENNES**  
**DUNKERQUE**  
**LAON**

**ROUBAIX**  
**SAINT-OMER**



## PROCHAINES SESSIONS ET CONTACT DES CENTRES

### AULNOY-LEZ-VALENCIENNES

Session 1 : 20 et 25 novembre

### DUNKERQUE

Session 1 : du 12/12/2024 au 13/12/2024

### LAON

Session 1 : 20 et 25 novembre

### ROUBAIX

Session 1 : 17 et 18 octobre

### SAINT-OMER

Session 1 : 12 et 13 décembre

