

Le marketing digital pour les décideurs

Date et durée
Code formation : MKG007FR Durée : 2 jours Nombre d'heures : 14 heures
Description
<p>Le marketing digital ou marketing numérique fait référence à un ensemble de stratégies et d'actions de promotion ou de communication utilisées sur Internet. Elles sont déployées pour promouvoir des produits ou des services auprès de clients spécifiques. Les activités de marketing digital comprennent la publicité (SEA), le référencement naturel (SEO), l'email-marketing, le marketing de contenu, le social media marketing et bien d'autres encore.</p> <p>Pour les décideurs, cette démarche est cruciale car elle offre des moyens efficaces de cibler, d'engager et de convertir des clients dans un monde de plus en plus connecté. Ainsi, cette formation interactive s'adresse à des professionnels qui ont des rôles décisionnels au sein d'une entreprise et qui souhaitent comprendre et maîtriser les enjeux du numérique pour leur business management.</p> <p>Réparti sur 2 jours, ce programme orienté vers la pratique a pour objectif de vous fournir des connaissances et des compétences essentielles pour développer et mettre en œuvre une bonne stratégie marketing digitale.</p>
Objectifs
<p>Objectifs pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendre les enjeux du marketing digital et en maîtriser ses principaux leviers.• Analyser des données et en tirer des indicateurs clés de performance (KPI).• Développer une stratégie numérique efficace.• Mettre en pratique ses connaissances en marketing digital.
Points forts
Des cours axés sur le partage d'expériences, la découverte de nouvelles stratégies digitales et de nombreux travaux pratiques.
Modalités d'évaluation
Travaux Pratiques
Pré-requis
Suivre cette formation ne nécessite pas de compétences particulières.
Public
<p>Cette formation s'adresse aux publics suivants :</p>

- les chefs d'entreprise, les responsables ou directeurs marketing et communication ainsi que les managers commerciaux.

Cette formation s'adresse aux profils suivants

Chef de projet / Responsable de projet

Responsable Commercial / Marketing

Programme

1. Introduction au marketing digital

- Qu'est-ce que le marketing digital ou numérique ?
- L'importance du marketing digital pour les décideurs.
- Les principaux objectifs du marketing digital.

2. Connaitre les différents leviers du marketing digital

- Le référencement naturel (SEO).
- La publicité sur les moteurs de recherche (SEA).
- Les réseaux sociaux.
- Le marketing par e-mail.
- Le marketing de contenu.

3. Définir des KPI et analyser des données

- Les indicateurs clés de performance à suivre.
- Les outils d'analyse et de suivi des données.
- L'évaluation du retour sur investissement des actions liées au marketing digital.

4. Mettre en place une stratégie digitale et un plan d'action

- La détermination des objectifs et des cibles.
- L'élaboration d'une stratégie digitale pertinente.
- La mise en œuvre d'un plan d'action efficace.

5. Travaux pratiques et études de cas

- Analyse de scénarios réels présentant des stratégies digitales réussies.
- Exercices pratiques de mise en application des connaissances acquises.
- Échange et discussion sur les problèmes rencontrés par les décideurs.