



Marketing digital

NIVEAU : Initial

POSITIONNEMENT : Fondamentaux

PRE-REQUIS : Cette formation nécessite d'être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation sur Internet

PROFILS STAGIAIRES : Toute personne débutant sur les réseaux sociaux et souhaitant se familiariser avec les outils du marketing digital

DUREE : 35 heures - 5 jours

DATE : Voir convention

TARIF : A partir de 500 € la journée

LIEU DE FORMATION : En entreprise ou en salle proposée par l'organisme de formation, accessible aux personnes à mobilité réduite

FORMATION DISPONIBLE EN : Présentiel - Distanciel (face-à-face et partage d'écran avec un formateur) - Sur-mesure

*Vous êtes en situation de Handicap, merci de nous contacter pour l'analyse de l'adaptation des modalités de l'action de formation.

MODALITES ET DELAIS D'ACCES : En moyenne votre demande est prise en charge dans un délai de 48 heures, une fois le devis validé nous pouvons mettre en place la formation entre 1 semaine à 3 semaines

SUIVI DE FORMATION : feuille de présence

OBJECTIF :

A l'issue de la formation le stagiaire aura acquis la capacité à comprendre les nouveaux usages du digital, utiliser les médias sociaux et analyser les pratiques des entreprises

METHODE PEDAGOGIQUE :

Alternance entre théorie et pratique

Mise en situation

MODALITÉS D'ÉVALUATIONS :

Tests, Exercices Pratiques

Evaluation en début et fin de formation.

Tests formels et informels tout au long de la formation permettant de suivre l'évolution et valider les acquis en fin de formation.

FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION : Remise d'une attestation de formation

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Identifier les enjeux du marketing digital et des médias sociaux.
- Définir les composantes d'une stratégie Webmarketing.
- Distinguer SEO, SEA et SMO.
- Utiliser les principaux réseaux et médias sociaux.
- Mettre en place une veille et gérer son e-réputation.
- Comprendre le déploiement d'un réseau social d'entreprise.

PROGRAMME :

* Ce programme peut évoluer selon vos besoins

JOUR 1 :

Définir une stratégie de marketing digital

Principes et enjeux de la stratégie marketing digital

- Évolution des technologies et des usages : CX et UX design, objets connectés, big data, chatbots,...
- Revisiter les segmentations classiques.
- Stratégies Marketing digital : inbound marketing et brand content.
- Les clés de la stratégie webmarketing
- Le mix marketing.
- Les clés d'une stratégie marketing digital : transparence, interactivité, géolocalisation.
- E-réputation et identité numérique.

CONTACT - MA FORMAPRO

E-mail: io@maformapro.com - Tél : 07.67.19.63.19

49 Rue de Ponthieu - 75008 PARIS

N° de Siret : 839 823 978 00011 - N° d'existence : 11755762475

- Enjeux du cross canal : conversion et fidélisation.
- L'analyse d'audience : tableau de bord, indicateurs et ROI.

JOUR 2 :

Développer sa visibilité par le référencement et les médias sociaux

Marketing des moteurs de recherche

- Le référencement naturel (SEO), le référencement payant Adwords (SEA).
- Méthodologie pour optimiser son référencement sur les réseaux sociaux (SMO).
- Piloter et challenger ses prestataires internes et externes.

Utiliser les médias sociaux pour mieux communiquer

- Cartographie des médias sociaux.
- Stratégies et actions marketing sur les médias sociaux.
- Développer la relation-client via les médias sociaux.

JOUR 3 :

Comprendre les nouveaux usages et les plateformes sociales

- Identifier les nouveaux usages du Digital Les internautes acteur de leur communication.
- Définition et usages des réseaux et des médias sociaux.
- Marketing relationnel et Brand content.
- Cloud computing.
- Blogs et wikis : principes-clés et usages.
- Présentation de la blogosphère.
- Quelle complémentarité avec un site internet ?
- Comprendre le fonctionnement d'un blog (article, commentaire, trackback...).
- Utiliser les réseaux et les médias sociaux Les caractéristiques des réseaux sociaux :
- Facebook, X, LinkedIn, Pinterest, Snapchat...
- Facebook : les différents formats : profil, page, groupe, l'utilisation par les marques et la publicité.

JOUR 4 :

Développer son e-réputation et sa veille

- X, fonctionnalités et usages ; le vocabulaire : tweet, hashtag, followers... intérêt pour une entreprise.
- LinkedIn : usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ; intérêt et usages par les entreprises ; utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel.
- Instagram, Pinterest, Snapchat : picture marketing : communiquer par l'image.
- La vidéo : YouTube : les mash-up et les chaînes.
- L'e-réputation et la veille en ligne
- Identité numérique, personnel branding et e-reputation.
- Mettre en place un dispositif de veille.

Évaluation du transfert des acquis pour valider la mise en oeuvre en situation de travail

JOUR 5 :

Déployer un réseau social d'entreprise

Qu'est-ce qu'un Réseau Social d'Entreprise ?

- A l'origine des RSE
- Mieux qu'une grande explication, une démonstration (Yammer)
- Vue d'ensemble des fonctionnalités d'un RSE
- Pourquoi mettre en place un Réseau Social d'Entreprise ?
- Développer la communication transversale
- Favoriser le travail collaboratif
- Partager les connaissances
- Dynamiser l'innovation
- Mobiliser les expertises
- Faciliter les activités de veille terrain
- Avec un certain nombre de spécificités

Comment mettre en oeuvre un Réseau Social d'Entreprise ?

- Les quatre dimensions de la mise en oeuvre
- La dimension Projet
- La dimension Technologies

CONTACT - MA FORMAPRO

E-mail: io@maformapro.com - Tél : 07.67.19.63.19

49 Rue de Ponthieu - 75008 PARIS

N° de Siret : 839 823 978 00011 - N° d'existence : 11755762475



- La dimension Groupes

- La dimension Social

Comment faciliter l'adoption ?

- Comprendre le cheminement vers l'adoption ?

- S'appuyer sur un réseau de changement

Comment intégrer le RSE aux activités de l'entreprise ?

- Intégrer le RSE au système d'information

- Pérenniser en mettant en place une gouvernance

Quel futur pour les Réseaux Sociaux d'Entreprise ?

- Vers une digital Workplace ?

COMPÉTENCES VISÉES :

Cette formation permet de :

- Construire les bases d'une stratégie marketing digitale.

- Choisir les leviers de référencement adaptés.

- Utiliser les médias sociaux pour communiquer.

- Suivre l'audience et les indicateurs de performance.

- Organiser une veille et surveiller l'e-réputation.

- Participer au déploiement d'un réseau social d'entreprise.

MATÉRIEL REQUIS :

Outil de prise de notes, ordinateur, internet.

NOMBRE DE STAGIAIRE : 1 à 8

Modifié le 24/05/2022

CONTACT - MA FORMAPRO

E-mail: io@maformapro.com - Tél : 07.67.19.63.19

49 Rue de Ponthieu - 75008 PARIS

N° de Siret : 839 823 978 00011 - N° d'existence : 11755762475