

Marketing Digital



DIGIMA Fiche pédagogique

OBJECTIFS

Acquérir les connaissances et compétences requises pour maîtriser les outils de communication marketing digitale : réseaux sociaux, site internet, boutique en ligne, référencement naturel

Maîtriser les codes des médias sociaux, la création des contenus digitaux, le référencement naturel et la sponsoring comme levier de croissance pour son entreprise

Utiliser le levier de la presse pour asseoir sa notoriété

PUBLIC CONCERNE

Webmasters

Responsables marketing ou communication

PRE REQUIS

Pas de prérequis

DUREE DE LA FORMATION

14.0 heures

METHODE PEDAGOGIQUE

Intéraction permanente entre le participant et le formateur

Apports théoriques lors d'exposés interactifs et supports vidéo

Exercices d'application

Ateliers pratiques

INTERVENANT

Spécialiste du Webmarketing et de la création de contenus

Blogueur professionnel

Community manager, webmaster et référenceur expérimenté

Responsable d'agence de communication digitale

TARIF

Inter-entreprises

1800.00 € / pers

Intra-entreprise

Nous consulter

Groupes de 2 à 6 personnes

EVALUATION

Evaluation sommative lors des mises en pratique permettant de vérifier l'acquisition des capacités nouvelles et d'indiquer l'atteinte des objectifs pédagogiques

Attestation de fin de formation

FINANCEMENT DE LA FORMATION

Le financement des formations peut s'effectuer par les acteurs du financement de la formation en France (OPCO, Pôle Emploi, Région ou autre) Toutefois, les dispositifs de financement sont accessibles selon les critères de prise en charge qu'ils ont préalablement définis.

HANDICAP

Pour les personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir nous contacter en amont de la formation, nous permettant ainsi de préparer au mieux l'accueil de la personne et d'adapter si nécessaire le déroulement du stage.

CONTENU

Partie théorique

Codes et usages des médias sociaux

Présentation des médias sociaux, de leurs principes de fonctionnement, et des différents leviers permettant leur usage d'un point de vue marketing

Focus personnalisé et approfondi sur les médias sociaux spécifiques à la cible du client

Stratégie marketing de contenus et stratégie marketing globale : story telling, usage de la vidéo et de la photographie sur les médias sociaux, lancement de campagnes publicitaires sur Facebook, Google et Youtube

Adapter son site internet en fonction de ses objectifs : analyse personnalisée du site du client et détermination des points d'amélioration

Utiliser le levier de la presse pour assoir sa notoriété et servir sa campagne marketing

Partie pratique

Principes du référencement naturel dans les moteurs de recherche et les annuaires. Audit et analyse du site du client, détermination des points d'amélioration et mise en place des bases

Création de contenus photo et vidéo qui respectent les codes des médias sociaux pour servir la stratégie marketing de l'entreprise. Détermination des contenus à créer pour respecter le planning de publication défini le 1er jour de la formation

Comment bien lancer une campagne publicitaire sponsorisée sur Facebook, Google et Youtube. Mise en place d'une campagne réelle

Mise en place du planning et du programme de publication personnalisé sur les médias sociaux et sur le site internet du client