

Comprendre les enjeux du marketing digital



INTER / INTRA



PRÉSENTIEL



À DISTANCE

DU MARKETING AU MARKETING DIGITAL

Marketing digital : de quoi parle-t-on ?

Transformation des 4 piliers du marketing

Produit : évoluer vers une offre adaptée et digitale

Distribution : développer les nouveaux modes de type marketplaces, affiliation, webstore...

Prix : quelle stratégie en digital ?

Communication : développer la visibilité avec des outils simples et gratuits

MENER UNE ÉTUDE MARKETING OPÉRATIONNELLE

Réaliser un plan marketing (couple marché/produit, actions, budget, sélection des actions)

Analyser le contexte et l'environnement d'une entreprise (SWOT)

Analyser le mix marketing

Déterminer les problématiques

Fixer les objectifs qualitatifs et quantitatifs (SMART)

S'APPROPRIER LES LEVIERS DU WEBMARKETING

Le content marketing : créer du contenu attractif pour ses clients

L'inbound marketing : comment attirer les utilisateurs

Les leviers pour booster son trafic

SEO : optimiser le référencement naturel

SEA : développer la publicité en ligne

SMO : communiquer sur les réseaux sociaux

Emailing : toucher directement ses clients et prospects

OBJECTIFS

Comprendre l'impact du digital dans la mise en place de sa stratégie marketing
Analyser son activité et connaître ses clients pour bâtir un plan marketing adapté
Connaître les leviers webmarketing et les principaux outils

PRÉ-REQUIS

Être à l'aise avec Internet et avoir des notions en communication.

PUBLIC

Chef(fe) d'entreprise, entrepreneur(e), responsable webmarketing, toute personne en charge de la communication digitale

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES FORM'ADAPT

Méthodologie I.A.A. :

IMPLIQUER - APPLIQUER - ACCOMPAGNER

IMPLIQUER

Evaluation d'entrée, recueil des besoins et définition des objectifs de formation

APPLIQUER

Un atelier d'entraînement intensif de 7h pour travailler les compétences clés avec le formateur

ACCOMPAGNER

Evaluation de sortie, validation des acquis de la formation et du Plan Individuel de Progrès

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Plateforme interactive

Contenus en ligne, exercices donnés par le formateur, support de formation

ÉVALUATION EVALUACTION

Évaluation des compétences

Tests, cas pratiques, jeux de rôle...

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction stagiaire

Synthèse fin de stage du formateur

SUIVI PENDANT 3 MOIS MAGICOACH

Possibilité d'échanger avec le formateur par mail

VALIDATION

Attestation de fin de formation

Attestation de présence

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur tuteur



Référent et tuteur pédagogique : Chloé

Fondatrice et dirigeante d'une agence de webmarketing, Chloé est spécialiste du marketing digital et propose aux entreprises des outils opérationnels pour développer leur notoriété et leur marque sur internet, augmenter leur trafic et développer leurs ventes. formateurs@naxis.fr