

Les leviers du marketing digital

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

AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER

Test de positionnement

Recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION : APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
Apports théoriques (10%) , mises en pratique (70%) et échanges (20%)

APRÈS LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Possibilité de contacter le formateur pendant 2 mois formateur@naxis.fr

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, cas pratiques

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Cas pratiques

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction

Bilan du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation

Attestation de présence

Validation des compétences

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION

DE LA FORMATION

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

DATES

Voir planning

RÉFÉRENTS PÉDAGOGIQUES

Nos intervenants sont des spécialistes du domaine visé et sont sélectionnés selon un processus de qualification très rigoureux permettant d'évaluer notamment : leur expérience professionnelle, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation, leur personnalité et leur créativité...