

Les clés du marketing digital

Maîtriser les fondamentaux du webmarketing

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Identifier toutes les composantes d'une stratégie marketing digital cohérente et complète.
- Repenser sa stratégie marketing à l'aune des nouveaux enjeux.
- S'approprier des outils au service de la digitalisation de sa stratégie marketing.

POUR QUI

- Responsable marketing, chef de produits et chef de marché.

INFORMATIONS



Durée : 2 jours / 14h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 10

Réf : 2400

PROGRAMME

Jour 1

1 - Le marketing à l'ère du digital - un nouveau modèle

- Nouveaux comportements, nouveaux leviers marketing.
- Enjeux de l'IA et IA générative : créer du contenu avec une IAG.
- RSE numérique : impact environnemental du numérique et éco-conception.
- Marketing tech et data driven.
- Les modèles économiques du digital.
- Développer une stratégie de distribution omnicanale.

2 - Identifier tous les leviers de la performance digitale

- Appréhender l'écosystème web.
- Distinguer les stratégies de référencement : SEO, SEA.
- Repérer les opportunités du social media (SMO) et du marketing d'influence.
- Content marketing, la colonne vertébrale du marketing à l'ère digitale.

Jour 2

3 - Faire des nouveaux parcours client un accélérateur de performance

- Identifier les besoins du client : bâtir ses personas.
- Intégrer toutes les formes de communication auprès du client : le modèle POEM.
- Acquisition de trafic, outbound et inbound marketing.
- Comprendre et piloter le tunnel de conversion.
- Marketing automation, e-mailing, landing pages, contenus... intégrer les nouvelles règles du jeu.

4 - Les 4 conditions de la performance marketing

- Connaître et respecter le cadre réglementaire (RPGD) et la privacy.
- Adapter sa boîte à outils : martechs et adtechs.
- Adopter les indicateurs pertinents pour son activité.
- Anticiper les prochaines évolutions (IA, IAG, metaverse, NFT, live shopping...).