

OBJECTIFS

- Maîtriser les règles du Marketing digital et utiliser les outils adaptés à son entreprise en termes de cible, objectif, contenu & budget ;
- Comprendre les enjeux du webmarketing ;
- Mettre en place un plan efficace et un suivi aisé.

PUBLIC CONCERNÉ

Community managers, rédacteurs en charge de la publication sur les réseaux sociaux.

PRÉREQUIS

- o Posséder des notions de Marketing classique
- o Utiliser les réseaux sociaux quotidiennement (web & smartphone)
- o Actions de formation dispensées aux créateurs et repreneurs d'entreprise

Durée 1 journée de 7 h en formation individuelle avec mix théorie et pratique,

Tarif par personne : 1 250€ ht (reprographie inclus)

PROGRAMME

STRATEGIE DIGITALE

- Tour d'horizon des pratiques actuelles en Marketing digital
- Optimisation du produit/de la prestation envisagés

CHOISIR LES RÉSEAUX SOCIAUX ADAPTÉS À SON ACTIVITÉ

- Cible, objectifs, contenu et budget : Comment mettre en place sa stratégie digitale ?
- Créer l'engagement sur les réseaux sociaux
- Rédiger pour le web : Les différents types de contenu
- Définir sa ligne éditoriale sur le web et les réseaux sociaux
- C'est la crise sur les réseaux sociaux : Tutoriel pour gérer la situation
- Organiser sa veille concurrentielle et gérer son planning éditorial
- A la rencontre du Marketing automation
- Découvrir les outils indispensables au Marketing digital

LES SUPPORTS DE FORMATION

- o Un support de cours est remis à chacun des participants

LES MOYENS D'ÉVALUATION

Des exercices de mises en application pratiques sont réalisés pour valider l'acquisition de chaque nouvelle compétence au cours de la formation

Planning : Session à fixer

Numéro de déclaration d'activité : 11 91 06763 91

INTERVENANTE

Chris Dorival anime des formations, conférences et Master classes sur le Marketing digital, le Growthhacking et le Personal Branding.

DÉFINIR ET ATTEINDRE SES OBJECTIFS WEBMARKETING

- Utiliser un outil CRM pour la gestion des clients
- Optimiser son E-réputation
- Comprendre les performances et chiffres clés sur le web (via Google Analytics)
- Présentation plan de stratégie digitale réalisé

CRÉER LES BONS OUTILS

- Etablir et parfaire sa matrice SWOT
- Définir son client idéal (persona)
- Définir des objectifs webmarketing (SMART) et des KPI's
- Mettre en place un plan webmarketing performant (Monitorer et mesurer ses performances grâce aux tableaux de bord et reporting)

Moyens pédagogiques

- Utilisation de vidéos, slides et documents de la formation disponibles
- Mise à disposition d'outils pédagogiques
- Travail individuel & mise en situation