

Marketing digital à la performance

PROGRAMME

Accueil et tour de table

1. Introduction aux stratégies d'acquisition online

- Chiffres-clés, acteurs du marché et tendances
- Le marketing à la performance : pour quels objectifs business ?

2. L'affiliation au sein du mix digital

- Panorama du mix digital d'une marque
- Focus sur les types de commissionnements et KPI
- Panorama des leviers marketing à la performance

3. Atelier tracking : l'art de la mesure et de la lecture du funnel

- Fonctionnement et mise en place du tracking sur devices desktop et mobile
- Technologies de tracking : cadre légal et enjeux des adblockeurs
- Lire son tunnel de conversion : de l'attribution à la contribution

4. Atelier : monter sa campagne multileviers à la performance

- Construction du brief selon ses besoins
- L'affiliation : internaliser ou externaliser ? Comment négocier avec sa plateforme ?
- Facteurs-clés de succès par type de levier partenaire : do's & dont's

5. Atelier : lancer son opération d'e-mailing acquisition

- Acteurs et marché de l'e-mailing d'acquisition
- Construire son message : approche technique et marketing,
- Livrer son message : délivrabilité, choix des partenaires e-maileurs
- À la recherche de l'interaction avec l'internaute : ergonomie, ciblage, landing page, déduplication...

- KPI de mesure des opérations d'e-mailing

6. Analyse des performances et optimisation du ROI

- Bâtir son dashboard performance dans une vision ad-centric
- Le mix digital et les effets de contribution des canaux
- Le couplage de l'analyse acquisition avec son CRM : « lifetime value client »

Conclusion & questions/réponses

DESCRIPTION

Une formation de deux jours pour appréhender les leviers publicitaires digitaux à la performance et les techniques d'analyse et d'optimisation de ses investissements

OBJECTIFS

- . Connaître l'environnement, les leviers, techniques et opérations de marketing à la performance (affiliation)
- . Mettre en place les facteurs-clés de succès d'une opération de génération de leads et/ou de chiffre d'affaires
- . Optimiser son ROI et CAC

PUBLIC

Traffic manager, chargé e-commerce, responsable acquisition/traffic, responsable webmarketing, collaborateur d'agence ou régie digitale

DURÉE

1 jour, 7 heures

TARIF & DATES

Sur demande au 01 43 12 15 22

INTERVENANT

Matthieu RAIFFÉ, Country Manager
France - Public-Idees

