

**MEDIA
INSTITUTE**

éligible au
CPF

MARKETING DIGITAL

CERTIFICATION


**SUR PLACE QU
À DISTANCE** 

CURSUS CERTIFIANT*

Intégrer le digital dans sa stratégie marketing & communication

Cette certification* vise à rendre autonome et à renforcer l'expertise des professionnels du marketing sur tous les pans de la stratégie digitale d'une entreprise.

De l'audit d'une stratégie webmarketing à l'optimisation des investissements, les participants vont balayer l'ensemble des leviers liés à une communication adaptée au nouveau parcours client digitalisé et passer des certifications sur les principaux outils métiers (Google Analytics, Google Ads, Facebook Ads).

compétences visées

La certification vient valider devant un jury de professionnels (agence & annonceur) :

- La capacité à auditer une stratégie marketing existante et à identifier les leviers d'optimisation (objectifs, KPI, leviers, contenu, efficacité, continuum marketing)
- La capacité à élaborer une stratégie pluridigitale et pluricanale adaptée à son parcours client et à son secteur (identification des points de contact, funnel)
- La capacité à établir un dashboard pertinent pour piloter sa stratégie à venir

pré-requis et public

Toute personne souhaitant optimiser, mettre à jour ou valider ses compétences digitales au travers d'un certificat* et disposant au minimum d'un Bac+3 (communication, marketing, études, commerce) ou d'une expérience à un poste marketing ou digital de plus de 2 ans.

métiers visés

Responsable Marketing, Data Marketing Manager, et Responsable d'Études Marketing.

modalités d'accès



Pour préparer la certification finale, nous vous proposons deux modalités d'apprentissage en fonction de votre disponibilité :

- En blended learning : 10 jours de formation étalés sur 5 mois et un parcours elearning
- En elearning à 100% : préparation à distance, entre cours, examens, classe virtuelle et tutorée

En tout, 110h à étaler sur 5 mois.

le formateur référent

Julien LAMOURET
Fondateur de l'agence KWAN
Professeur référent en marketing digital à l'école Sup de Pub Paris



Spécialiste du marketing digital et du e-commerce depuis une quinzaine d'année, Julien Lamouret a acquis une expérience en tant que consultant en agence web et en tant que pilote stratégique et opérationnel pour de grands annonceurs de la distribution et des télécommunications (Darty, Bouygues Télécom, Noos).

En parallèle de son activité d'accompagnement et de conseil auprès des grands comptes et des TPE-PME, il forme régulièrement pour le compte de Media Institute les professionnels au marketing digital. En tant que professeur référent, il accompagne tout au long du cursus les participants dans leur réflexion stratégique, leurs questions spécifiques, et invite régulièrement des experts de chaque brique du programme (data, social media, analytics, etc).



programme

Module 1 : les points-clés d'une stratégie digitale efficace (7h)

Test de positionnement

- Présentation du certificat et des modalités de certification

Quiz : panorama des leviers digitaux et vocabulaire

- Des usages digitaux aux touchpoints pour les marques

- La démarche customer centric

- Une approche éthique du marketing digital est possible

- La data au coeur des enjeux

Atelier : les étapes-clés d'une stratégie marketing digitale performante

- Définition des objectifs et choix des KPI

Atelier : audit de stratégies existantes et optimisation

Module 2 : optimiser un site web et son référencement naturel (7h)

- Les points clés d'un bon site web (analytics, UX design, conversion, mobile et vitesse)

Atelier : réalisation d'un audit site web et optimisation

- Rassurer les visiteurs pour les inciter à l'action

Atelier : réalisation d'un audit SEO et optimisation

- Les aspects techniques et sémantiques du référencement naturel (SEO)

Atelier : analyse et choix de mots-clés

- Développer sa popularité sur Google

- Les tendances à prévoir : le SEO vocal et l'accessibilité sur site, les moteurs de recherche « secondaires » (Amazon, YouTube, les moteurs éthiques/privacy, les moteurs dans le Monde)

Module 3 : publicité digitale et acquisition de trafic (14h)

Quiz : panorama du paid media en France

- Rappel du contexte : dépublicitarisation (côté consommateur) et ad verification (côté marque)

- Utilisation stratégique du Search (SEA)

Atelier : optimisation Google Ads

- Ciblage et retargeting

- Les formats créatifs et modes d'achats du display (display classique, opération spéciale, social advertising, programmatique, mobile, vidéo, audio)

Atelier : paramétrage Facebook Ads

- L'affiliation

- Les bonnes pratiques de l'e-mail marketing

Atelier : choix des leviers publicitaires en fonction de ses objectifs / cibles

Module 4 : médias sociaux et influence marketing (14h)

Quiz : panorama des médias sociaux et de leurs audiences

Atelier : audit d'une stratégie social media stratégie existante et optimisation

- Focus sur les plateformes incontournables (Instagram et Facebook, Snapchat, YouTube, Twitter)

- Focus sur les plateformes émergentes et le messaging

- Focus sur les usages des jeunes

- Formats créatifs (appli, vidéo, bots...)

- Pas-à-pas, construction d'une méthodologie pour animer ses présences sociales (intérêt par cibles, calendrier éditorial, typologie de contenus, bonnes pratiques pour favoriser l'engagement, etc)

Atelier : création de contenus

- L'impact de l'e-réputation et des avis client

Module 5 : mesurer l'efficacité de sa stratégie digitale et de ses investissements (14h)

- Réconciliation du parcours client on/off et continuum marketing

- Tendances et bonnes pratiques du retail (e et m-commerce, web-in-store et web-to-store)

- Optimiser le funnel et la conversion

Quiz : vocabulaire et concepts data

- Points-clés de la mesure digitale

Atelier : Google Analytics et élaboration d'un dashboard global

Module 6 : préparation et passage de la certification

Préparation d'une recommandation globale (audit, brief, challenge du brief, analyse de bilans et optimisation, stratégie marketing digitale et choix des moyens média)

Jury final : présentation écrite et orale sur une recommandation digitale

Aide au passage des certifications Google Ads et Analytics (en option, gratuitement)

VOUS INSCRIRE

Céline GAUDE

cgaude@mediainstitute.eu // 01 43 12 15 22



1. Téléchargez notre bulletin d'inscription sur www.media-institute.com, dans la rubrique Formation courte / Pour vous inscrire

2. Envoyez-le complété par :
• E-mail sur inscription@mediainstitute.eu
• Ou par courrier à Media Institute, Céline GAUDE, 21 rue Auber 75009 Paris

TARIF & FINANCEMENT



REPUBLICQUE FRANCAISE



5900e HT - Possibilité de la faire financer au titre du CPF* (Compte Personnel de Formation). Contactez-nous pour plus d'information.

* Formation éligible au CPF 'Intégrer le digital dans sa stratégie marketing et communication.'

Validation du certificat*

- 1/ Test de positionnement.
- 2/ Un contrôle continu (quiz) à chaque session sur l'acquisition des notions essentielles.
- 3/ À l'issue de la formation, un plan de communication digital est à construire individuellement et soutenu devant un jury.



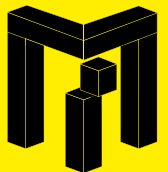
** Cette formation donne lieu à une certification professionnelle Media Institute commune au marché, et n'est pas construite en bloc de compétence, ni inscrite au répertoire RNCP. 90% des personnes préparées et présentées à la certification l'ont obtenue en 2020. 95% des personnes inscrites ont été présentées à la certification.*

Media Institute est une association loi 1901 créée en 2000 à l'initiative de sociétés soucieuses de mettre en commun et de rendre pérenne l'expertise marketing et média indépendante. Depuis, ces membres fondateurs ont été rejoints par de nombreuses structures qui s'associent à cette démarche qualité de long terme.

francetvpublicité

HAVAS MEDIA

CMIMEDIA



21 rue Auber - 75009 Paris

Tél. 01 43 12 15 20

contact@mediainstitute.eu

WWW.MEDIA-INSTITUTE.COM

**MEDIA
INSTITUTE**