

Élaborer sa stratégie webmarketing et découvrir les dernières tendances

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Panorama des leviers du marketing digital à disposition

- Dernières tendances des usages
- Panorama des leviers de communication digitale (et % PdM)

2. Intégrer le digital dans sa stratégie

- Quel levier pour quelle étape du parcours client ?

- Elaborer son brief (cibles, objectifs)

Atelier : quel leviers pour quel objectif

- Choisir ses KPI et ses metrics

3. Le contenu, pierre angulaire de l'efficacité digitale

- Brand content et contenus créatifs

Atelier : optimisation de contenus sur les réseaux sociaux et les pages produit

JOUR 2

4. Intégrer le référencement dans sa stratégie

- Points-clés et tendances du SEO : Web Core Vitals, points d'attention avec l'IA
- Campagnes SEA : le quality score pour les campagnes manuelles, campagnes Performance Max et Demand Gen

Atelier : analyse du ROI du paid search

5. Le display dans une stratégie de communication

- Les types de format
- Piloter la performance display

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

2 990 euros HT

INTERVENANT

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

- Focus programmatique : les modes transactionnels et les dernières tendances
- Ad verification, brand safety et éthique

JOUR 3

6. Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie globale

- Panorama des plateformes : algorithme, quelles conséquences sur les contenus ?

Atelier : lancement d'une campagne de social advertising et ciblage proposés

- Les dernières tendances de l'influence marketing

Démo : création d'une campagne

d'influence en programmatique

Mapping de l'ensemble des leviers

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 3 jours pour mettre en place, piloter et optimiser sa stratégie digitale et ses investissements

COMPÉTENCES VISÉES

- Mettre en place une stratégie marketing digital idoine et adaptée à vos objectifs
- Déployer et piloter des présences organiques, social et publicitaires pertinentes
- Évaluer le ROI de ses actions pour ajuster ses investissements

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Toute personne impliquée dans l'élaboration d'une stratégie de communication digitale

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

EN SUR PLACE **OU** À DISTANCE



Photo par Rawpixel