

Élaborer sa stratégie webmarketing et découvrir les dernières tendances

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Panorama des leviers du marketing digital disponibles

- Dernières tendances des usages consommateur
- Panorama des leviers de communication digitale (et PDM)

2. Intégrer le digital dans sa stratégie

- Une seule vision = client centric
- Elaborer son brief (cibles, objectifs)
- Atelier** : sélectionner les leviers adaptés
- Quels KPI et metrics ?
- Quelle complémentarité entre «on» et «off»

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

- Brand content et contenus créatifs
- Assurer la continuité marketing entre ses différents supports et types de contenu
- Best cases créatifs

JOUR 2

4. Intégrer le référencement dans sa stratégie

- Points clés et tendances du SEO : la position zéro sur Google, le SEO local, les moteurs de recherche «secondaires»
- Complémentarité SEO / SEA
- Atelier** : optimisation d'une campagne Google Ads et analyse du ROI

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

2 690 euros HT

INTERVENANT

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

5. Le display dans une stratégie de communication

- Les grands types de format
- Focus programmation et social ads
- Atelier** : campagne de social advertising
- Ad verification, brand safety et éthique
- Atelier** : analyse du ROI display

JOUR 3

6. Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie globale

- Panorama des plateformes par audience
- Atelier** : choix de plateformes / contenus

7. Atelier recommandation digitale

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de trois 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 par rapport à ses cibles
- 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 ou omnicanale

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

sur place ou à distance



Photo par Rawpixel

CH:1 Digital marketing | DM3

Inscription, renseignements ou sur-mesure : 01 43 12 15 28 - inscription@mediainstitute.eu