

Acquérir les fondamentaux de la culture digitale

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Les nouveaux usages des consommateurs

- Social, influence, instantanéité et engagement : les piliers des nouveaux comportements
- Focus générationnel : les pratiques des plus jeunes

Atelier : cartographier le parcours client digital et les points de contact de sa marque

2. Le paysage digital media et adtech : vocabulaire et acteurs

- Quiz :** du Web 1.0 au Web 3.0 - une histoire du digital
- Décryptage de l'écosystème média digital
 - Notions-clés : KPIs digitaux, DMP, CDP etc.
 - Zoom sur les social ads et les effets du DMA (Digital Markets Act)

Échanges : découverte de start-ups et acteurs innovants du digital en France

JOUR 2

3. Quels défis pour les entreprises à l'ère digitale ?

- Quiz :** métiers et coulisses du digital
- Data et connaissance client : nouveaux leviers de performance
 - Répondre aux attentes actuelles :
 - Visibilité : site web, SEO/SEA
 - E-réputation : médias sociaux, avis clients
 - Publicité digitale : fondamentaux de l'e-pub
 - Création de contenu : formats, vidéos, storytelling

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

2 190 euros HT

INTERVENANTS

Julien HÉNAULT-JAMET, Head of Digital Marketing - BpiFrance

Jean-Christophe PINEAU, Expert en découverte digitale

Cédric TEYCHENE, Expert en stratégie de contenu et contenus digitaux

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

Zoom : enjeux spécifiques à l'e-commerce

4. IA et marketing : quelles opportunités pour votre entreprise ?

- Panorama des intelligences artificielles
- L'IA générative au service du marketing (exemples d'usage)
- Hyper-personnalisation : comment l'IA renforce les équipes commerciales et relation client

Débat : demain, un internet plus éthique ?

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour comprendre la place du digital dans les nouveaux rapports entre marques et consommateurs et maîtriser le paysage digital média et adtech

COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser les derniers usages digitaux des consommateurs
- Découvrir les grandes tendances du digital et leur impact sur les stratégies des entreprises
- Entrevoir l'avenir du digital pour le grand public et les entreprises

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tous publics

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

À SUR PLACE OU À DISTANCE



Photo par ESB Professional sur Shutterstock

CH:1 Stratégie marketing digital I DM2

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu