

Élaborer sa stratégie marketing digital et découvrir les tendances

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Tour d'horizon des leviers du marketing digital

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

2. Intégrer le digital dans sa stratégie marketing et communication

- Quel levier pour quelle étape du parcours client ?

Atelier : quel levier pour quel objectif ?

- Élaborer son brief (cibles, objectifs)
- 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 formats

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

2 990 € HT

INTERVENANTS

Julien HÉNAULT-JAMET, Head of Digital Marketing - Bpifrance

Bertrand LAISNÉ, CEO - Continent Digital

Julien LAMOURET, CEO - Agence Kwan

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

- Piloter la performance display
- 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

Atelier : 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

PRÉREQUIS ET PUBLIC

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

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

EN PLACE OU À DISTANCE



Photo de Georgie Cobbs sur Unsplash

CH:1 Stratégie marketing digital | DM3

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