

Mesurer et optimiser l'efficacité de sa stratégie digitale

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Optimiser ses mesures en fonction de sa stratégie marketing digital

- Qu'est-ce que l'efficacité digitale ?
- Définition du tunnel de conversion
- Définir un plan de taggage

Atelier : identification des KPI, définition du plan de taggage

2. Les fondamentaux de la mesure de performance

- Principes et écosystème du tracking
- Terminologie : convention de nommage, tags, dataLayer, cookies, CMP, TMS, server-to-server, modèle d'attribution
- Gestion de la mesure de la performance
- Quelques mots sur le SEO et Google Search Console
- Biais possibles dans les mesures

Atelier : convention de nommage

JOUR 2

3. Optimiser ses investissements paid media (ROAS)

- Search et display, programmation
- Social paid
- Email et affiliation
- Retail media

Atelier : analyse et pilotage du ROAS

- Sensibilisation aux problématiques éthiques versus efficacité

DURÉE

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

TARIF

2 990 € HT

INTERVENANTS

Diane PELLETRAT DE BORDE, Dibenn Consulting
Jehan LE CHEVOIR, Co-CEO - Social First
Mathieu FERRAGUT, CEO - Kwamy's
Souraj CHECK MOUHAMMAD, DG - Dentsu Public

DATES

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

4. Optimiser sa stratégie sur les réseaux sociaux et le content marketing

- Définir ses vrais KPI sociaux
- E-réputation, propagation, influenceurs

Atelier : élaborer un dashboard social

JOUR 3

5. Site web : les outils site-centric

- Les problématiques RGPD
- Principaux outils du marché et fonctionnalités
- Personnalisation des mesures

Atelier : détection des freins à l'efficacité, observation des événements

6. Atelier bilan global

- Mesurer l'atteinte de ses objectifs, interpréter les résultats, jouer la complémentarité
- Découverte des opportunités de l'IA

Atelier : construction d'un dashboard global grâce aux outils de dataviz

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 3 jours pour appréhender la mesure d'efficacité sur tous les leviers owned, paid, earned du digital.

COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître les bases de la mesure digitale
- Choisir les KPI adaptés à sa stratégie
- Juger et optimiser ses investissements
- Créer un dashboard de suivi global

PRÉREQUIS ET PUBLIC

Toute personne concernée par la mesure.

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

EN PRÉSENCE OU À DISTANCE



Photo Getty Images sur Unsplash

CH:1 Stratégie marketing digital I DM5

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