

Élaborer sa stratégie marketing digital et découvrir les tendances

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

- Elaborer 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 format

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

2 990 euros HT

INTERVENANTS

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital

Julien HÉNAULT-JAMET, Head of Digital Marketing - BpiFrance

Julien LAMOURET, Fondateur de l'agence digitale 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

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 PLACE OU À DISTANCE



Photo par Georgie Cobbs sur Unsplash