INSTITUT UNIVERS
Tel: 034 33 48 64 | Mob: 0561 790 453 | Email: institutunivers@hotmail.fr
Address: Rue Aissat Idir - Akbou 06001 - Bejaia |Site Web: institut-univers.com

* MARKETING DIGITAL CONCEVOIR ET PILOTER

Formations Inter-Entreprises

Durée: 05

Coût: 70 000.00

Avance: 70 000.00

Cible:

Responsables marketing et commerciaux, chefs de produits, managers opérationnels, chargés de communication, dirigeants.

Pré-requis:

Connaissance des fondamentaux du Web et du marketing.

Objectif:

- Bâtir et optimiser son plan marketing digital
- Mettre en œuvre les différents leviers du marketing digital
- Intégrer les actions en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise
- Mesurer et interpréter les performances

Programme:

Cerner les enjeux du digital dans la stratégie marketing

- L'état des lieux et les chiffres clés en France et à l'International.
- Le consommateur 3.0 : ATAWAD, SOLOMO, ROPO...
- Du FMOT au ZMOT et cross canal.
- L'Inbound marketing.
- Les dernières tendances : commerce connecté, Web to Store...
- L'Océan bleu, ou la création de nouveaux espaces stratégiques.
- Le Big Data et le e-CRM.

Réflexion collective
Brainstorming et échanges croisés entre stagiaires sur les possibilités du digital au sein de leurs
entreprises respectives.
Bâtir une stratégie digitale gagnante et efficace

- Positionnement de l'entreprise : SWOT, PESTEL...
- Benchmark, comment le réaliser ?
- Définition d'objectifs SMART.
- Les techniques de référencement, clés de la visibilité digitale de l'entreprise.
- Paid, Owned et Earn Media (POEM), les principes d'acquisition.
- Les leviers : branding, performance.

Jeu de rôle
A partir d'un cas réel choisi, les stagiaires définissent la stratégie marketing digital mettant en œuvre
les méthodologies et connaissances acquises lors de cette première journée.

Appréhender les bénéfices du Web 2.0 et 3.0 pour l'entreprise

- Etat des lieux et chiffres clés.
- Usage des différents réseaux sociaux.
- Apport du mobile dans la stratégie de l'entreprise : les 5P du mobile.
- Geomarketing, Streetmarketing, Showrooming, Geofencing.
- Nouvelles stratégies virales et marketing d'influence.
- Marketing de contenu.
- Technologies innovantes au service du marketing digital.

Etude de cas
Maîtriser son e-réputation à partir de démonstrations d'outils dédiés. Etudes de cas : exemples de gestion d'e-réputation.
Planifier et budgéter sa campagne digitale

- Mise en œuvre d'un planning de campagne.
- Les outils à notre disposition : Gantter...
- La mesure des performances : tracking.

- Quels indicateurs de performance et pourquoi ?
- Analyse et pilotage des résultats. Panorama des outils : Google Analytics, Omniture,...
- Organisation du reporting.
- Définition d'un plan d'action.

Exercice
Construire un tableau de bord. Exemple d'élaboration d'un tableau de bord cross-canal.aa