



Élaborer son plan stratégique digital

Objectifs :

- Connaitre l'univers du digital appliqué au marketing d'entreprise
- Définir sa stratégie de marketing digital
- Élaborer son plan stratégique de marketing digital
- Construire son outil de mesure et d'analyse des performances des actions de marketing digital



Durée

2 jour
soit 14 heures



Prérequis

Pas de prérequis particulier
pour cette formation.



Lien

En intra : en présentiel ou
distanciel, France entière.
En inter : selon planning.



Modalités d'accès

Nos formations sont
accessibles à tous. Pour toute
situation particulière
nécessitant une adaptation,
merci de nous contacter.



Public

Tout public.
De 1 à 8 participants



Sanctions

Certificat de réalisation
individuel remis à l'issue
de la formation.

PROGRAMME DE FORMATION

Déroulé :

● **Le marketing digital**

- Qu'est-ce que le marketing digital ?
- La cible et l'offre
- L'analyse du marché
- Les tunnels de conversion

● **Les outils et leviers du marketing digital**

- Tour d'horizon des différents outils et leviers
 - Les réseaux sociaux et la production de contenu
 - La publicité en ligne
 - Les sites web (vitrine, e-commerce, blog)
 - L'emailing Les messageries instantanées
 - Les applications
- Le référencement et la visibilité
 - Le SEO et le SEA
 - Le copywriting
- Gérer sa e-réputation

● **Élaborer sa stratégie digitale**

- Définir ses objectifs S.M.A.R.T
- Définir sa ligne éditoriale et choisir ses canaux
- Définir les moyens et les ressources nécessaires
- Établir un budget

Mettre en action son plan de marketing digital

- - Construire son plan de marketing digital
 - Piloter son plan de marketing digital
 - Mesurer et suivre les actions de marketing digital

Méthodes & moyens pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques. Supports de cours résumant les points principaux.

Modes d'évaluation

Une grille d'évaluation "à chaud" de la formation sera complétée par le participant sur les conditions de déroulement de l'action (organisation, pédagogie...).

Un bilan de positionnement initial et final permettant de confirmer l'atteinte des objectifs de la formation sera complété par le participant et validé par le formateur.

Intervenante :



Virginie ROUBLIQUE :

Consultante formatrice, plus de 20 ans d'expérience en tant qu'ingénieur informatique, chef de projet et manager.