

Marketing Digital - Expert Niveau 1



MR-192 2 Jours (14 Heures)

Description

Cette formation vous apporte toutes les clés du marketing digital avec une vision stratégique et opérationnelle, nécessaire à son intégration dans votre démarche marketing globale. Les principes et enjeux clés de la stratégie webmarketing, du référencement, des médias sociaux sont décryptés de façon pragmatique permettant une transposition aisée dans son entreprise.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Responsable marketing chef de produits et chef de marché. Chef de projets marketing digital

Prérequis

Aucune

Les objectifs de la formation

- S'approprier la démarche et les outils pour définir une stratégie marketing digital

Programme de la formation

Fidélisation Digitale

- LE MARKETING DIRECT 2.0 OÙ L'ÈRE DE LA FIDÉLISATION
- Les enjeux de la fidélisation
- Choisir les clients à fidéliser
- Élaborer une stratégie de fidélisation
- E-mail marketing, outil de fidélisation online indispensable
- E-crm et connaissance clien

L'e-réputation / buzz monitoring

- les outils et méthodes gratuites : bénéfiques / inconvénients / usages
- les solutions payantes (E-reputation)
- Définir et mettre en place une organisation de crise
- Quelle stratégie de communication sensible et plan d'actions ?
- Comment « tenter » de transformer le bad buzz en good buzz ?
- Les limites de la communication de crise sur les réseaux sociaux
- Gérer l'après-crise et les bonnes pratiques à adopter

Instagram

- Planifier votre stratégie de contenu
- Création de votre premier lot de contenu
- Préparation des bonnes habitudes
- Construction et automatisation de la production de contenu
- Comment gagner de l'argent sur Instagram
- Utiliser les Stories pour grandir
- Annonces avancées Instagram
- Instagram Live
- Analyse des concurrents

Facebook

- Facebook Business de A à Z
- Création, modification et sauvegarde des audiences
- Pixel facebook
- Utilisation des mots clés sur facebook
- Analyse des concurrents
- Shopping sur Instagram
- Facebook ads vs Instagram ads
- Astuces pour augmenter les followers

Twitter

- Que tweeter et comment interagir sur Twitter
- Hashtag et trends
- Augmenter vos followers
- Gestionnaire d'audience Twitter
- Twitter Ads
- Suivi et reciblage des conversions Twitter
- Tweet engagements
- Clics et conversions
- Rapports et analyses
- Les meilleurs outils Twitter

Pintrest

- Les meilleurs outils pour développer et optimiser votre intérêt
- Buyable Pins et rich Pins
- Pinterest Business
- Pinterest Ads
- Suivi des conversions Pinterest
- Tags et événements Pinterest

Adwords

- Choisir les mots clés
- Configuration des paiements et de la facturation
- Rédaction d'annonces super puissantes
- Campagne de conversion Google AdWords
- Stratégies d'enchères Google AdWords
- Extensions d'annonces
- Approchez les résultats de votre campagne
- Adwords de re-marketing
- Vidéo réussite sur youtube

Google Analytics

- Etre detective web avec Google analytics
- Google analytics Terms and Metrics
- Comment mesurer le trafic et l'intérêt des visiteurs
- Les conversations metrics que vous devez suivez
- Mesurer les engagements et les actions
- Génération des rapports

Real Time Biding

- Introduction au Real Time Bidding
- L'achat media : RTB vs Display classique
- Le fonctionnement des enchères en temps réel
- L'écosystème complexe du RTB
- Les enjeux de mesure de la performance en RTB
- Les risques du RTB

LinkedIn

- Utilisation de Campaign Manager
- Création de votre première campagne linkedin
- Création d'annonces textuelles et annonces publicitaires par e-mail sponsorisées (Inmails)
- Collecte de leads avec des e-mails sponsorisés
- Créer un groupe pour construire une liste de diffusion linkedin
- Utilisation de la balise Insight de linkedin
- Les meilleures tactiques de marketing de linkedin pour les entreprises
- Les meilleures stratégies de marketing de contenu de linkedin
- Outils et services Premium à considérer