

## Marketing DIGITAL : Comment Vendre et Exporter Via Les Reseaux Sociaux

<b>OBJECTIFS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquérir une vision des opportunités liées à la transformation digitale</li> <li>• Appréhender les innovations digitales</li> <li>• Bâtir et déployer une stratégie digitale cross canal</li> <li>• Mesurer le retour sur investissement d'une campagne digitale</li> </ul>
<b>PROGRAMME</b>	<p><b>MODULE 1 - RÉUSSIR LA TRANSFORMATION DIGITALE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerner les enjeux de la transformation digitale</li> <li>• Identifier et développer les nouvelles compétences digitales</li> <li>• Digitaliser le management et l'organisation : les clés du succès</li> <li>• Élaborer une stratégie digitale orientée Résultats</li> </ul> <p><b>MODULE 2 – DECOUVRIR LES FONDAMENTAUX DE L'INBOUND MARKETING &amp; DU CROSS CANAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Attirer ses clients au lieu d'aller les chercher</li> <li>• Transformer ses visiteurs en prospects</li> <li>• Convertir ses prospects en clients</li> <li>• Fidéliser et engager ses clients</li> </ul> <p><b>MODULE 3 - ACQUISITION DE TRAFIC &amp; PERFORMANCE MARKETING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Connaître le marché et les opportunités de l'e-pub</li> <li>• Maîtriser les principaux outils d'acquisition et KPI's associés</li> <li>• Comprendre le Référencement dans Google (SEO, SEA)</li> <li>• Maitriser le Display et le retargeting</li> </ul> <p><b>MODULE 4 - MARKETING CONTENT &amp; SOCIAL MEDIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concevoir une stratégie médias sociaux</li> <li>• Analyser les communautés sur le Web</li> <li>• Sécuriser l'e-réputation de l'entreprise</li> <li>• Organiser un dispositif social media</li> </ul> <p><b>MODULE 5 - ANALYTICS &amp; TESTING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre et identifier les Indicateurs Clés de Performance (KPI)</li> <li>• Connaître les différentes solutions de mesure d'audience</li> <li>• E-CRM pour mesurer le retour sur investissement</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>MODULE 6 - BEST PRACTICES &amp; ÉTUDE DE CAS</b></li> </ul>
<b>DURÉE</b>	2 jours
<b>POPULATION CONCERNÉE</b>	Directeur et responsable marketing, chef de produit, chef de marque, chef de marché ou tout responsable de l'entreprise étant appelé à utiliser des outils marketing