



**THÈME : "CONCEPTION ET PILOTAGE DE SON PLAN MARKETING DIGITAL"**

## **PROGRAMME DE FORMATION**

🕒 9h 00 Démarrage 🕒 11h Pause café 🕒 13h 30 Pause déjeuner 🕒 14h 30 Reprise 🕒 17h 30 Fin

### **PREMIER JOUR :**

#### **I. TRANSFORMATION DIGITALE**

- Généralités sur le digital
- Marchés multifaces et le nouveau modèle économique de la plateforme
- Transformation digitale

#### **II. LES 7 PRINCIPAUX LEVIERS DU MARKETING DIGITAL**

- La stratégie digitale
- Le contenu de marque
- Le Marketing des réseaux sociaux ( SEO / SEA )
- Le digital media planning (Display)
- Emailing : Automation marketing
- Social Media Marketing
- L'analytique

### **DEUXIÈME JOUR :**

#### **I. INTRODUCTION À L'INBOUND MARKETING**

- Qu'est ce que l'inbound Marketing
- Inbound Marketing vs Out band Marketing
- Anatomie d'une campagne Inbound Marketing

#### **II. LANCEMENT DE SA CAMPAGNE INBOUND MARKETING**

- Faire l'audit de sa marque
- Rendre sa marque attractive
- Générer des Leads ( SEO et publicité digitale )
- Optimiser ses mécanismes de conversion
- Enchanter et fidéliser ses clients
- Google Analytics

### **TROISIÈME JOUR :**

#### **I. ETUDE DE CAS EN SOUS GROUPE**

- Élaboration d'une stratégie de contenus digitaux
- Élaboration d'une stratégie de génération de leads pour chaque entreprise
- Définition de mécanismes d'enchantement clients pour chaque entreprise représentée

#### **II. RESTITUTION ET DISCUSSION**

- Exposés étude de cas
- Questions réponses