

MARKETING digital

Durée : 18,5 jours /
146 heures

Sessions :
nous contacter

Tarif : 6 500€

Prérequis :
Disposer des bases en communication, marketing ou marketing digital (vérifiées par un test en ligne).

OBJECTIFS

→ Savoir mettre en oeuvre une véritable stratégie webmarketing adaptée à votre entreprise, vos offres & produits, vos moyens et vos objectifs.

PUBLIC

→ Tout professionnel souhaitant développer ses connaissances dans le domaine du marketing digital et/ou souhaitant développer son activité grâce à Internet.

ADMISSION

Dossier d'inscription à compléter

LIEU DE FORMATION

ICN Business School

—

NANCY

94, rue du Sergent Blandan
54 000 Nancy



PROGRAMME

Le projet « fil rouge », c'est quoi ?

Le Projet « fil rouge » sera le projet que vous aurez choisi et sur lequel vous aurez l'occasion de travailler tout le long de votre parcours de formation, afin mettre en pratique les compétences acquises lors de chaque module.

Objectifs du projet « fil rouge »

- Permettre la mise en pratique dans une situation concrète des leviers webmarketing abordés tout au long de la formation
- Servir de cas pratique pour la définition d'une stratégie digitale cohérente, et qui fera l'objet de l'évaluation lors du jury final

Module 1

Introduction au webmarketing

- Bâtir sa stratégie digitale en composant avec les différents leviers du marketing digital
- Organiser et mettre en oeuvre sa stratégie webmarketing

Séance de coaching collective #1 (2h)

Module 2

Référencement naturel et payant

- Mettre en place sa stratégie de référencement naturel (SEO)
- Construire sa stratégie de référencement payant (SEA : Google Ads et Bing Ads)
- Techniques de référencement sur une Marketplace, type Amazon
- Suivre et optimiser sa stratégie de référencement global
- Piloter un prestataire SEO/SEA externe

Module 3

Blog & content marketing

- Bâtir sa stratégie de contenus et définir la ligne éditoriale d'un blog
- Définir ses personas et son calendrier éditorial
- Produire des contenus variés : articles, fiches produits, lead magnet
- S'organiser pour tenir dans la durée
- Servir le SEO sans desservir le lecteur

Storytelling, création visuels et vidéo

- Raconter une bonne histoire, qui incarne les valeurs de votre marque
- Apprendre à créer des visuels impactants
- Prise en main d'outils de création : images et vidéos (ex. Canva)

Module 4

Réseaux sociaux et social media

- Définir et prioriser ses objectifs social media
- Sélectionner les plateformes sociales les plus adaptées
- Outils pour automatiser les publications sur les réseaux sociaux (ex. Buffer)
- Animer et interagir avec vos communautés (community management)

Séance de coaching collective #2 (2h)

Module 5

Conception et création d'une landing page

- Concevoir des landing pages (pages d'atterrissage) impactantes afin de convertir efficacement chacune de vos audiences
- Créer de A à Z une landing page : objectif, message, structure et outils Analytics, indicateurs de mesure et tableaux de bord
- Définir les principaux indicateurs pour suivre et mesurer l'efficacité des ses actions webmarketing
- Mettre en place son « plan de tracking » et les outils de suivi et de reporting (Analytics, Google Data Studio)
- Analyser et optimiser les indicateurs pour améliorer le ROI des actions webmarketing
- Découverte de la méthode AARRR (acquisition, activation, rétention, referral, revenue)



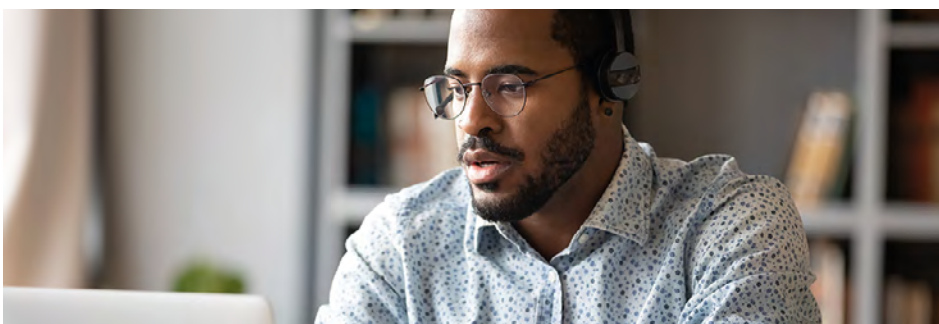
Module 6

Newsletter & emails marketing

- Maîtriser les facteurs de performance de l'e-mailing
 - Sélectionner son outil d'e-mailing parmi les nombreuses offres du marché (Mailchimp)
 - Construire et gérer une base de données qualifiées
 - Créer, envoyer une campagne d'e-mailing marketing et une newsletter
 - Mesurer le ROI de sa stratégie d'e-mailing
- La publicité online et sur les réseaux sociaux
- Choisir les bons formats / scénarios publicitaires selon ses objectifs
 - Construire et mettre en œuvre ses campagnes publicitaires sur les 3 grands réseaux sociaux et auprès des acteurs du display
 - Estimer et gérer son budget.

Séance de coaching individuelle : 1h/ participant

(avec l'intervenant de votre choix, selon la problématique que vous souhaitez approfondir dans le cadre de votre projet Fil Rouge)



MÉTHODES D'APPRENTISSAGE

- Cycle de formation alternant théorie et pratique.
- Apprentissage par l'action : définition en amont du cycle du Projet Fil Rouge (création / refonte d'un site web, organisation / promotion d'un événement...).
- Travail préparatoire en amont de chaque module : ressources à consulter et cas pratiques
- Séances de coaching : collectives et individuelles en lien avec le Projet Fil Rouge

CERTIFICATION

La réussite au contrôle de connaissances est validée par un certificat en « marketing digital » délivré par ICN Business School.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Executive center : espace dédié à la formation continue.
- Salles de cours équipées de tableaux interactifs.
- Accès WIFI.
- Espaces de travail collaboratif.



Contact

Adeline Duhamel | 06 25 11 09 61 | executive@icn-artem.com