

## ***MARKETING DIGITAL***

Aucune description

*Niveau* : Avancée

*Prix* : à partir de 0,00 Ar HT

*Durée* : jours | heures

*Place* : 5 personnes

### **Sessions**

### **Objectifs de cette formation**

- Savoir piloter un plan marketing en ligne de A à Z
- Etre en mesure de créer une offre commerciale en ligne
- Maîtriser les différents leviers d'acquisition de trafic, et être capable d'interpréter les différents indicateurs clés de performance
- Etre en mesure d'automatiser un Funnel de conversion marketing

## Programmes de cette formation

- - LA MAINTENANCE ET LA SECURITE

Ce module est une étape cruciale pour toute Entreprise qui souhaite optimiser sa transformation digitale :

- ? Analyser et faire un audit de sa présence en ligne
- ? Faire un Benchmark digital de son marché
- ? Fixer des objectifs SMART dans le cadre du digital
- ? Fixer les différents indicateurs de performance
- ? Identifier les moyens de mise en œuvre de sa stratégie online

### Résultats attendus chez l'apprenant à la fin de ce module A la fin de ce module

chaque apprenant sera en mesure de développer des réflexes et méthodes propres au marketing digital qui lui permettra d'atteindre plus rationnellement les objectifs commerciaux fixés par l'Entreprise

- - Concevoir une offre commerciale à travers le Digital

Le marketing digital se différencie du marketing classique dans sa capacité à rendre plus facile l'atteinte des objectifs de performances

- ? Rappel sur les techniques de positionnement sur le marché
- ? Comment sortir une value proposition ou USP ?
- ? Comment prendre parti de l'utilisation de la Landing page, Funnel de conversion dans une stratégie d'acquisition de nouveaux prospects ? ? Comment prendre parti de l'utilisation des Funnels de vente dans une stratégie de conversion
- ? client
- ? Maîtriser les différents points d'optimisation d'un site web informationnel, d'une Landing page, d'une page de vente

### Résultats attendus chez l'apprenant à la fin de ce module

À la fin de ce module, chaque apprenant sera en mesure de proposer une offre commerciale en ligne, et mettre en place des activations digitales orientées « Performances » : génération de leads ou conversion vente.

- - Acquisition de trafic avec le modèle POEM

Pas de trafic = pas de prospects = pas de clients. Le trafic est au cœur du Marketing digital. Ce module se focalisera essentiellement sur les moyens qui devront être mobilisés par l'Entreprise pour atteindre ses objectifs marketing et commerciaux :

- ? Passage en revue de l'écosystème digital dans sa globalité
- ? Différence entre l'Inbound marketing et l'Outbound marketing
- ? Comprendre le modèle POEM dans une stratégie d'acquisition client
- ? Savoir mettre en place les tracking de suivi d'un siteweb
- ? Lancer de A à Z une Campagne de Brand awareness avec du Social Ads (Facebook)
- ? Lancer de A à Z une Campagne relationnelle avec du Social Ads (Facebook)
- ? Lancer de A à Z une Campagne de conversion avec du Social Ads (Facebook)
- ? Analyser les KPIs d'une campagne média
- ? Savoir utiliser l'email marketing dans une stratégie de Nurturing et de conversion client
- ? Analyser les KPIs d'une campagne Emailing
- ? Initiation à Sales Navigator dans une stratégie de génération de prospects en B2B
- ? Tutoriel et démonstration

### **Résultats attendus chez l'apprenant à la fin de ce module**

À la fin de ce module, chaque apprenant sera en mesure de comprendre la différence majeure entre le trafic organique (Gratuit) et le trafic payant, et par conséquent mobiliser des moyens adéquats. Il sera également en mesure d'interpréter les datas d'une campagne média et prendre en conséquence les décisions appropriées de manière objective.

- - Automatisation de son Funnel de conversion

Ce module finalise ce qui a été vu dans les modules précédents. Il s'agira d'automatiser en partie son système marketing en ligne. L'objectif final de cette automatisation sera d'alimenter systématiquement un service commercial en Prospects qualifiés.

- ? Mettre en place un Mapping de son Funnel de conversion
- ? Vérifier les différents points de contrôle pour une optimisation des conversions
- ? Créer des séquences d'email marketing en mode automatique
- ? Tutoriel et démonstration