

METTRE EN ŒUVRE DES ACTIONS DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE DANS L'ENTREPRISE

€ COÛT

1390 € nets de taxes



CONTACT

Contact Formation
05 55 45 16 16
formationcontinue@limoges.cci.fr



OBJECTIFS

- Identifier et planifier un projet de communication digitale.
- Produire et mettre en œuvre du contenu adapté à la communication digitale.
- Mesurer les résultats et contribuer au développement de la communication digitale

Formation éligible au CPF et au CCE



DURÉE

4 jours



DATE

Session 2021 - 1 : le 16, 17, 18, 19 février 2021



LIEU

CCI Brive, Guéret, Limoges



PROGRAMME

- **Introduction aux fondamentaux du marketing et de la communication digitale**
 - Les grands principes du marketing digital, dans le respect du RGPD
 - Tendances actuelles et évolutions
 - L'inbound marketing (amont de la vente)
 - Le phygital et le cross-canal
 - UX et UI (Expérience ressentie par l'utilisateur à chaque point de contact et Interface utilisateur : expérience visuelle, graphique et fonctionnelle)

- **Stratégie de production et de diffusion de contenu en fonction de leurs typologies**
 - Introduction : pourquoi rentrer dans l'ère du marketing de contenu ?
 - Notions méthodologiques d'un plan marketing digital et sa gestion de projet, pourquoi et comment créer des personas permettant de déterminer des ensembles de besoins et d'usages auxquels répondront les contenus ?
 - Les 3 grandes familles de marketing de contenu, les spécificités de chaque vecteur, gestion d'un calendrier, un budget et gestion des ressources internes/externes :
 - Paid média (la e-publicité, l'affiliation, le display, Real Time Bidding, publicité sur les réseaux sociaux)
 - Owned média (Blog, e-mail marketing, site internet, page facebook, SEO et rédaction pour le web, SMO et fondamentaux du community management, etc...),
 - Earned media : analyse et audit des influenceurs, approche méthodologique, marketing viral, relation presse digitale, le net-linking

Prévoir des créations de personas, mise en pratique

- **Analyse web et mesure des actions**
 - Quels sont les KPI (indicateurs clés) ?
 - Comment construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie ? Mise en pratique : construire un tableau en cohérence avec la mise en pratique des personas (1h30)
 - Comment analyser l'audience, ainsi que les comportements des utilisateurs/clients ?
 - Détecter les tendances et identifier des usages
 - Les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience
 - Mettre en place du test and learn (A/B testing), en fonction des indicateurs d'audience et de comportement
 - Optimisation des supports : site e-commerce, fiche produit, article, contenu...

(Date de dernière mise à jour : 03/08/2020)