



Marketing digital, Webmarketing et E-Marketing : Les Clefs du succès

DU 15 AU 16 NOVEMBRE 2022

PARTICIPANTS :

- Dirigeants,
- Responsables communication
- Marketing, consultants

OBJECTIFS :

- Comprendre ce qu'est une stratégie de digital marketing
- Savoir identifier les canaux les plus adaptés aux différentes problématiques: notoriété, acquisition, fidélisation, partenariats...
- Définir ses objectifs stratégiques
- Apprendre à orchestrer les différents canaux dans une suite logique cohérente
- Mesurer ses résultats

SUPPORT ET PÉDAGOGIE :

- Rappel des fondamentaux du marketing et application sur les différents canaux numériques
- Études de cas pour mettre les participants en situation

Compétences acquises :

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de donner une visibilité digitale à votre marque

PROGRAMME

I- Modules distanciels

- E-quiz en amont/aval de la formation
- Qu'est-ce que le digital a changé au marketing ?
- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?
- Quelles sont les clés d'un e-mailing efficace ?

II- Décrypter les grandes tendances digitales

- Analyser les chiffres clés du web et du e-commerce.
- Appréhender les enjeux de l'omnicanal.
- Découvrir les nouveaux business models du web.

III- S'approprier les enjeux du marketing digital

- Travailler la préférence de marque : motivation des cibles, parcours client, storytelling...
- Augmenter le taux de conversion et la qualité des leads.
- Fidéliser et construire une communauté : e-reputation, influenceurs...

IV- Définir sa stratégie marketing digital

- Dresser un état des lieux : SWOT.
- Définir ses objectifs webmarketing SMART.
- Segmenter son audience.
- Élaborer une stratégie digitale performante.
- Déterminer le process webmarketing approprié à son parcours client.

V- Accroître sa visibilité et son trafic

- Optimiser son site par le référencement naturel.
- Déployer des campagnes SEA efficaces.
- Facebook, Instagram, LinkedIn... : utiliser la publicité sociale pour faire venir sur son site.
- Atelier : concevoir des contenus d'appel pour animer sa stratégie d'inbound marketing.

VI- Générer de l'engagement

- Analyser ses points de contact pour définir sa stratégie d'engagement.
- Combiner Earned, Owned, Shared et Paid media pour générer du lead.
- Influence et community management : animer et mobiliser ses communautés.
- Atelier : créer des contenus engageants.

VII- Convertir et transformer son trafic web

- Preuve, rareté, réciprocité, affection, consistance, autorité : s'approprier les 6 leviers de persuasion.
- Définir sa proposition de valeur.
- Arborescence, navigation, mobile friendly... : générer du business avec un site performant.
- Emailing et marketing automation : améliorer l'attractivité, la délivrabilité et la conversion.
- Atelier : développer des contenus premium comme la newsletter.

VIII- Analyser et mesurer ses actions marketing digital

- Déterminer les indicateurs à mesurer.
- Paramétrer et utiliser des outils de mesure : Google analytics.
- Calculer le ROI de ses actions.
- Piloter à l'aide d'un tableau de bord.

Durée: 2 jours

Cout: 250 000F HTVA

Date: 15 au 16 novembre 2022

Lieu : ITTE DAKAR

*L'offre intègre la pause café,
le déjeuner et la location
de la salle de formation.*