



LE MARKETING DIGITAL (PARCOURS PRO)

MK23

9 jours (63h) 4 490,00 €^{HT}

Objectifs

Acquérir les bonnes pratiques pour concevoir un site web • Intégrer le web dans sa stratégie marketing et maîtriser les leviers de croissance • Intégrer des solutions innovantes et accroître sa performance commerciale • Définir un plan d'action digital performant et innovant

Profil Stagiaire(s)

responsable marketing, responsable web, toute personne désirant créer une activité marchande ou commerciale sur internet

Pré-requis

connaissance de l'outil informatique PC/mac, pratique du web

Profil Animateur(s)

cette formation Marketing est assurée par un expert en activité dans le secteur du web et de l'e-marketing



PROGRAMME

MODULE 1

Formation Projet Web

Comprendre le ciblage marketing

Les cibles et les objectifs du projet web/mobile (conquête de client, fidélisation, financier, marque)

Les besoins ou douleurs de la cible pour définir le quoi et le pourquoi du projet.

Définir et organiser le projet

Internet, intranet, extranet, portail, blog, wiki, applications web... : finalités et différences

Site desktop, mobile et/ou application pour smartphones et tablettes : faire le bon choix

Les attentes des utilisateurs

Responsive Web Design, UX Design

Les rôles respectifs des parties prenantes du projet (chefs de projet, product owner, scrum master, métiers, créatifs, informaticiens, webmaster)

Comprendre l'environnement technique

Les langages et technologies web : fonctionnement, avantages/inconvénients (HTML5, CSS3, PHP, Javascript)

Applications mobiles natives, WebApp ou Progressiv WebApp

Choix d'une technologie pour une application native

Framework et outils de développement (systèmes de gestion de contenus CMS et évolution vers le mobile)

Fonctionnement des stores

Serveurs dédiés et hébergements mutualisés : les critères de choix

Élaborer le cahier des charges

Prestataires de service et agences web/digitales : internes ou externes, missions et profils types

Les différents temps de la consultation

Les rubriques du cahier des charges spécifiques à ces projets

Introduction aux contraintes juridiques et de sécurité (CNIL, conservation des données, GDPR, ...)

Contactez-nous

Conseiller formation
09 88 66 10 00
inscriptions@demoss.fr

Nos promotions

2023 - Promotion 1 à A Distance :

9 - 10 févr. 2023

6 - 8 mars 2023

3 - 4 avr. 2023

22 - 23 mai 2023

2023 - Promotion 2 à A Distance :

4 - 5 sept. 2023

2 - 4 oct. 2023

13 - 14 nov. 2023

4 - 5 déc. 2023

2023 - Promotion 3 à Paris :

9 - 10 févr. 2023

6 - 8 mars 2023

3 - 4 avr. 2023

22 - 23 mai 2023

2023 - Promotion 4 à Paris :

4 - 5 sept. 2023

2 - 4 oct. 2023

13 - 14 nov. 2023

4 - 5 déc. 2023



LE MARKETING DIGITAL (PARCOURS PRO)

MK23

9 jours (63h) 4 490,00 €^{HT}

Promouvoir et faire vivre son site web ou son application

Initiation au SEO et ASO

Analyser la fréquentation et le comportement des visiteurs

L'animation des contenus : au quotidien et sur la durée

MODULE 2

Formation UX Design - Ateliers Expérience Utilisateur et Interface Digitale

Le digital aujourd'hui : quels constats ?

De l'ergonomie des interfaces au UX Design

L'ergonomie : histoire d'une discipline

La notion d'expérience utilisateurs

Distinction UX/ UI

Panorama des outils expérientiels

Comprendre l'expérience cognitive de l'utilisateur

Prisme sensoriel : perception visuelle et lois organisationnelles

Prisme mnésique : de la mémoire sensorielle à la mémoire à long-terme

Prisme inférentiel : mode de raisonnement et processus attentionnels

Prisme émotionnel : engagement émotionnel et mécanismes d'appropriation

Conception centrée sur l'expérience des utilisateurs

Une démarche itérative

Phase expérientielle et identification des besoins utilisateurs

Phase de conception graphico-structurale (catégorisation, arborescence, maquette, pictogrammes)

Phase d'évaluation et de retours d'expérience

Boîte à outils du UX Designer et Ateliers expérientiels

Ateliers d'exploration : Focus group • Entretiens • Photo-langage • Boîte expérientielle •

Persona

Ateliers d'idéation : Brainstorming • Parcours utilisateurs • Cartes d'idéation • Lego Serious Play

Ateliers de conception : Tri de cartes ouvert • Tri de cartes fermé • Picto-pictionary • Six-to-one

Ateliers d'évaluation : Échelle d'utilisabilité • Test des 5 secondes • Tests utilisateurs

Feuille de route UX

Identification des leviers d'innovation

Mise en place des protocoles expérientiels

Conduite des ateliers et verbalisation à voix haute (thinking aloud)

Analyse des verbatims et solutions fonctionnelles

MODULE 3

Formation : Elaborer un Plan Marketing Digital Efficace

Comprendre les impacts du digital dans la stratégie marketing de l'entreprise

Les évolutions du web et du mobile

Les métiers du marketing digital et les institutions régulant Internet

Intégration du digital dans la stratégie Marketing

L'enjeu du multi-canal

Panorama des outils marketing digitaux

Newsletter, blogs, réseaux sociaux, applications mobiles, réalité augmentée, NFC & RFID, code barre 2D, chat/forum et pages d'aide

Améliorer sa visibilité : publicité online, affiliation, politique de partenariat



LE MARKETING DIGITAL (PARCOURS PRO)

MK23

9 jours (63h) 4 490,00 €^{HT}

L'enjeu du search marketing

Les fondamentaux du référencement naturel et payant
Élaborer sa stratégie search marketing
Les outils de suivi de référencement et de gestion de la e-réputation

Élaborer une démarche marketing digitale

Mettre en place un positionnement stratégique sur le web et utiliser les différents profils de benchmark : perception, fonctionnalités, keywords
Organiser son contenu, réussir l'ergonomie et identifier les fonctionnalités clés
Construire les étapes clés dans sa démarche projet
La chaîne de valeur du projet web marketing : principaux acteurs et interlocuteurs, identification des centres de coûts
Appréhender les schémas et le vocabulaire technique
Déployer son plan média

E-crm et fidélisation

Informar, promouvoir, gérer les réclamations et collecter de l'information
Les programmes de fidélisation en ligne
Soigner ses scénarios de collecte
Segmenter sa base de données

Mesure et traçabilité

Les outils de mesure d'audience et KPIs
Mesurer la performance de ses campagnes et évaluer leur ROI

MODULE 4

Accélérer l'Acquisition de Trafic Internet

Inbound : attirer ses visiteurs cible le plus « naturellement » possible

Identifier, cibler, capter, transformer et fidéliser ses internautes
Concevoir et fabriquer des contenus à forte valeur ajoutée
Diffuser ses contenus au bon endroit, au bon moment et aux bonnes cibles
Parcours client et tunnel de conversion : les bonnes pratiques
Analyse des performances en quasi temps réel et « optimisation »

Search : devenir réellement « Google Friendly »

Définir une stratégie de Search Marketing pour toutes ses pages web
Maîtriser sa visibilité sur Google immédiatement grâce au SEA
Utiliser le « remarketing » sur le réseau Google Adsense
Tester Google Shopping et/ou Youtube Ads

Social : amplifiez sa notoriété avec les médias sociaux

Comprendre l'importance d'être présent sur plusieurs médias sociaux
Les fonctions d'un Social Media Manager et d'un Community Manager
Les étapes clés de la conception d'un contenu viral performant
Utiliser les outils de Social Media Advertising (Facebook Ads, Twitter ads...)

E-Mailing : le bon message à la bonne personne

Comprendre pourquoi l'email marketing n'est pas mort
L'importance de l'objet, du visuel, du contenu texte et du CTA
Fabriquer des Landing page performantes
Choisir les bons outils pour le routage et l'AB testing

Marketing automation et monitoring de performance

Gérer ses prospects tout au long du cycle d'achat
Automatiser ses actions webmarketing à l'aide d'outils de marketing automation
Établir les KPI à suivre et à mesurer

Calculer le ROI levier par levier



LE MARKETING DIGITAL (PARCOURS PRO)

MK23

9 jours (63h) 4 490,00 €^{HT}

Créer un tableau de bord dynamique sur Google Analytics

Méthodes pédagogiques & Evaluation

Session de formation animée par un expert en activité qui vit au quotidien les réalités du e-marketing

Conseils personnalisés par le consultant expert

Illustration par de nombreux exemples issus de situations et cas réels

Taux de réussite : 100 % (base de calcul : stagiaires ayant réalisé l'intégralité du parcours)

Contactez-nous

Les sessions "à distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

Suivi & Evaluation

Pour assurer un suivi individuel, Demos a mis en place 2 types d'évaluation :

Une évaluation de compétences en ligne en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, soutenance devant un jury pour les formations à finalité certifiante.

Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne. Cette évaluation est complétée par l'appréciation du formateur à l'issue de chaque session.

Ressources pédagogiques

Support de formation, exercices...

Moyens techniques

Nos centres de formation DEMOS, accessibles aux personnes à mobilité réduite, sont tous équipés :

- Salles de formation lumineuses, spacieuses, design, ergonomiques, mobiles et équipées d'écrans plasma, de PC portables/fixes si nécessaire à la formation suivie
- Accès au wifi haut débit sur l'ensemble des lieux
- Espace de colearning et webcorners
- Cafés, collations et rafraîchissement sont offerts

Les sessions "A distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.