













Renforcer les campagnes communication et marketing digital

 Durée	3 Jours - (24 Heures)	 Modalité d'accès	Aucune
 Pré-requis	Aucun	 Date	Voir convention
 Public	Toute personne souhaitant acquérir des compétences dans la communication et le marketing digital	 Lieu	Voir convention
 Intervenants	Formateur Marketing et communication et/ou web marketing	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :

Chaque apport théorique est suivi d'une phase de mise en pratique à travers des exercices appropriés ou de projet « métier » en relation avec l'activité du stagiaire. Mise en application des savoirs faire et techniques apprises.

Outil pédagogique :

Supports papiers

Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie
Examen ICDL* - code attribué au Répertoire spécifique : RS5588.

Validation :

Passage de la certification, certificat de réussite dès 75% de résultats obtenus. En deçà, remise d'une attestation avec le pourcentage.

OBJECTIF

Optimiser ses campagnes de communication digitale (display, e-mailing etc....)
Se familiariser avec le marketing automation
Améliorer l'expérience client.

PROGRAMME

JOUR 1 :

- Optimiser ses campagnes webmarketing
- Articuler communication et plan marketing digital.
- La stratégie de communication digitale : structure et étapes clés
- Les leviers de la communication digitale.
- Les techniques promotionnelles sur le Web : jeux, concours.

JOUR 2 :

- Piloter et gérer les campagnes
- Le multicanal mobile : la mesure des résultats : tracking et ROI web et mobile
- Les facteurs clés de performance (KPI) web et mobile
- Google analytics : les principaux indicateurs de mesure d'audience.

JOUR 3 :

- Se familiariser avec le marketing automation
- Cerner les fonctionnalités d'une plateforme de marketing automation : emailing, landing page, scoring, workflows....
- Les possibilités offertes par le marketing automation
- Préparer des scénarios et les workflows correspondants.
- Automatiser les tâches pour une campagne
- Choisir une plateforme de marketing automation.
- Construire une nouvelle expérience client
- Les scénarios relationnels
- Les parcours clients et les points critiques
- L'enrichissement de la fiche client.
- La définition d'une road map UX.

*Le PCIE (Passport de Compétences Informatique Européen) est le standard mondial de la validation des compétences de base en informatique. La certification PCIE, ou ECDL (European Computer Driving Licence) dans le reste du monde, représente plus de 15 millions de candidats, 24 000 centres de test habilités, est utilisée par des milliers d'entreprises, et bénéficie du soutien actif des Institutions et des Ministères (Education, Emploi, Industrie...). Il est administré au niveau international par la Fondation ECDL.