Renforcer les campagnes communication et marketing digital

Durée	3 Jours - (24 Heures)
Pré-requis	Aucun
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge de la communication et du marketing digital
Intervenants	Formateur en marketing et communication et/ou webmarketing
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Formation structurée en modules indépendants comprenant chacun trois phases : présentation d'une situation d'usage, explicitations des méthodes et outils logiciels nécessaires, mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise.

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique

Évaluation :
Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Optimiser ses campagnes de communication digitale (display, e-mailing…)
- Mettre en place des actions simples de 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.