



# Marketing Digital

**2 JOURS**  
**14 HEURES**

Formation Marketing digital à Clermont-Ferrand, Auvergne.

## OBJECTIFS

- Optimiser votre visibilité
- Maîtriser les canaux de communication de demain
- Connaître les tendances du marketing digital
- Comprendre l'impact des réseaux sociaux dans un plan média
- Estimer l'efficacité des e-mails et des bannières
- Juger de la complémentarité des outils actuels

## PARTICIPANTS

Ce cours s'adresse au responsable marketing ou communication, chef de projet digital.

## PREREQUIS

Avoir des connaissances en marketing

## MOYENS PEDAGOGIQUES

Présentations, discussions et démonstrations.

## VALIDATION DES ACQUIS

Exercices de mise en application tout au long de la formation, questionnaire d'évaluation fin de formation

## PROGRAMME

### LE MARCHE ET SES TENDANCES

- ✿ Les tendances du marketing digital
- ✿ Les principaux acteurs du marché
- ✿ Les pratiques des marques
- ✿ De la notoriété à la performance

### PUBLICITE ON-LINE

- ✿ Les différentes formes d'affichage
- ✿ Avenir des bannières
- ✿ Règles du médiaplanning
- ✿ Outils d'Adserver et mesure de la performance
- ✿ Les Adnetworks





## PROGRAMMES D'AFFILIATION

- ✿ Définir un programme d'affiliation
- ✿ Recruter et fidéliser des affiliés
- ✿ Mettre en œuvre des campagnes d'affiliation
- ✿ Les mécaniques économiques

---

## L'E-MAIL MARKETING

- ✿ Techniques de campagne
- ✿ Outils pour réaliser la campagne
- ✿ Se concentrer sur le tracking
- ✿ Constitution ou achat de contacts
- ✿ Quel avenir pour une technique concurrencée ?

---

## EXPLOSION DU MOBILE

- ✿ Compréhension du marché
- ✿ iTunes, Google Play et Marketplace : eldorados économiques et publicitaires
- ✿ Concevoir des sites mobiles efficaces
- ✿ Concevoir des campagnes marketing sur mobile
- ✿ Leviers d'un plan de promotion sur mobile

---

## RESEAUX SOCIAUX

- ✿ Un attrait irrésistible pour les marques
- ✿ Un univers non maîtrisé
- ✿ Valoriser les "consom'acteurs"
- ✿ Typologie du Web social
- ✿ Risques et règles d'une opération de social média

---

## UN PILIER : LE SEARCH

- ✿ Des liens sponsorisés (SEM) aux bonnes pratiques pour le référencement (SEO)
- ✿ Optimisation du référencement
- ✿ Evolution du référencement naturel

---

## WEB ANALYTICS

- ✿ Motivations pour ce secteur en plein essor
- ✿ Les outils de mesure et de tracking
- ✿ Opportunités pour les marques

## TARIF

Sur mesure

