

CYCLE WEBMARKETING AVANCE

En résumé

Approfondissez vos compétences digitales et découvrez des nouveaux leviers comme l'inbound Marketing, l'automation marketing. Les projets digitaux demandent des compétences de plus en plus complexes que ce soit dans le domaine de la communication sur les réseaux sociaux, le référencement naturel/mobile, les nouveaux formats publicitaires ou l'augmentation de la conversion. Parcours de formation éligible au CPF avec ajout du Certificat de Compétences en Entreprise (C.C.E) : Mettre en œuvre des actions de communication numérique (500€)- RS3810:

Objectifs

A l'issue de la formation, vous serez en capacité :

Acquérir, développer et mettre en œuvre les nouvelles techniques webmarketing comme le inbound marketing, data vizualization ou l'emailing automation
Réajuster votre stratégie existante

» Participant

Professionnels du marketing, de la communication, de la gestion de projet, et du web souhaitant acquérir de nouvelles compétences métiers

» Pré-requis

Savoir gérer et utiliser les leviers webmarketing ou avoir suivi le cycle webmarketing débutant

Programme

Modules obligatoires :

Inbound Marketing : faites venir les internautes vers votre entreprise — 1 jour (7 heures)

Objectifs :

- Comprendre les enjeux de l'inbound marketing et techniques de l'inbound marketing et du marketing de contenu
- Générer plus de leads qualifiés
- Mieux fidéliser ses clients

Le programme :

- Pourquoi l'inbound marketing est un levier de réussite du marketing digital ?
- Quel est le rôle du contenu dans l'inbound marketing ?
- Comment baliser le parcours des internautes ?
- Quels outils augmentent la génération de leads ?
- Ateliers pratiques
- Définition de vos "buyers persona" ou clients type
- Réalisation de votre matrice de contenus
- Formalisation de votre plan de création de contenus et de balisage du parcours utilisateurs

Stratégie avancée sur les réseaux sociaux — 2 jours (14 heures)

Objectifs :

- Mettre en application de l'inbound marketing
- Mettre en place la publicité sur les réseaux sociaux
- Créer des applications pour les réseaux sociaux

Le programme :

- Inclure les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication digitale
- Le marketing mobile prédomine sur les réseaux sociaux
- Stratégie social media et choix des réseaux
- La charte éditoriale pour structurer son contenu et ses prises de parole
- Le planning rédactionnel

Fonctionnement algorithmique des réseaux sociaux et travail sur l'engagement

Mise en application de l'inbound marketing

- L'engagement au cœur de la stratégie social media des entreprises
- Les réseaux sociaux comme nouveau canal dans la gestion de la relation client
- L'expérience utilisateur pour booster et souder sa communauté
- Le content marketing comme facteur clé de l'engagement
- La notion de social content marketing
- Stratégie de brand content : du snack content au slow content
- Méthodologie de création de contenus
- Les contenus tendances sur les réseaux sociaux
- Les mécanismes du newsjacking et de l'User Generated Content
- Focus sur les jeux concours et outils de création
- Protéger sa marque en gérant son e-réputation

Les enjeux de l'e-réputation

- Les risques pour la marque : le bad buzz et sa gestion
- Le rôle clé du community manager et la communauté
- Les outils de gestion de sa e-réputation
- Le personal branding : être crédible en ligne pour vendre ou être recruter
- Les bonnes pratiques du personal branding
- Organisation de sa veille
- Les leviers hors des réseaux sociaux

CYCLE WEBMARKETING AVANCE

Méthodes, moyens et suivi

» Méthodes pédagogiques

- Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
- Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
- Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
- Support de formation remis aux participants.

» Moyens techniques

» Moyen d'appréciation de l'action

Lors de la formation, les participants sont soumis à des mises en situation, des exercices pratiques, des échanges sur leurs pratiques professionnelles permettant un contrôle continu de leur progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés

» Suivi de l'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations ... qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

» Accessibilité

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite.

CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation.

N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent Handicap pour que nous étudions votre demande.

Un conseiller formation vous répondra sous 48h.

CYCLE WEBMARKETING AVANCE

Évaluations de la formation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur. Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Intervenant

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.

Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Formation en Inter

3305€ net de taxe / personne certification non comprise

Durée

9 jour(s)

63 heure(s)

Autres détails

> Éligible au CPF

> Formation certifiante