



BY ABILWAYS

FORMATIONS LONGUES

INITIATION



Ref. : C19CERTIWEB

Durée :
9 jours - 63 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 5590
€ HT
Particulier : 4690 € TTC

Code CPF : 236311

Code
Dokelio AF_0000025509
:

PARCOURS CERTIFIANT MARKETING DIGITAL

Définir sa stratégie digitale, l'intégrer à son plan marketing et la déployer

Le marketing digital offre de nouvelles opportunités pour développer sa marque et générer de la croissance. Ce parcours apporte les clés conceptuelles et méthodologiques pour construire sa stratégie, exécuter et piloter ses actions à partir du plan webmarketing. Grâce à la reconnaissance officielle de notre parcours certifiant marketing digital, validez et valorisez vos nouvelles compétences professionnelles auprès de votre entreprise, sur votre profil LinkedIn ou tout simplement sur votre CV.

Sur les 2 dernières années : taux de réussite 93% et taux d'abandon 7% (pour cause de longue maladie, raisons personnelles et repriorisation par rapport à la crise COVID). Suivre une formation certifiante sans passer la certification, c'est possible ! Contactez-nous au 01 85 53 47 56.

OBJECTIFS

- Définir les objectifs de ses campagnes.
- Bâtir et dérouler son plan marketing digital.
- Mesurer la performance de ses campagnes.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

- Responsables marketing, chefs de produits, responsables marketing digital.
- Toute personne amenée à développer la visibilité de sa marque sur Internet.
- Tout salarié en reconversion professionnelle dans le secteur du marketing digital, demandeurs d'emploi.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du marketing.

COMPÉTENCES ACQUISES

Concevoir et piloter une stratégie marketing digital de A à Z.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quizz amont
Modules vidéos
Présentiel
E-quizz aval

PROGRAMME

Intégrer les opportunités digitales dans votre stratégie marketing (Module 1 - 2 jours)

Modules distanciels

- ATAWADAC : un seul mot barbare pour tout comprendre ?
- Comment bien gérer l'e-reputation de sa marque.
- Quelles sont les nouvelles tendances du marketing digital

Décrypter les grandes tendances digitales

- Analyser les chiffres clés du web et du e-commerce.



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28

- Appréhender l'enjeu de l'omnicanal.
- S'inspirer des nouveaux business models du web.

S'approprier les enjeux du marketing digital

- Travailler l'expérience de marque : motivation des cibles, parcours client, storytelling...
- Augmenter le taux de conversion et la qualité des leads.
- Fidéliser et construire une communauté : e-reputation, ambassadeurs de marque, employee advocacy...

Définir sa stratégie marketing digital

- Dresser un état des lieux : SWOT.
 - Définir ses objectifs webmarketing SMART.
 - Segmenter son audience.
 - Déterminer les fondamentaux de sa plateforme de marque : valeurs, mission, proposition de valeur...
 - Élaborer une stratégie digitale performante et en phase avec ses enjeux.
- Gagner en visibilité et acquérir du trafic (Module 2 - 2 jours)

Modules distanciels :

- Comment être visible sur les moteurs de recherche grâce au SEA ?
- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?

Paid media : faire sa promotion pour développer sa visibilité

- SEA : s'approprier les outils et bonnes pratiques pour réussir ses campagnes efficaces.
- Display : développer ses campagnes = avec le programmatique, le native ads, mobile, le social media...
- Emailing : concevoir et diffuser ses campagnes pour toucher efficacement vos prospects.
- Lead Generation : mettre en place des programmes d'affiliation pour accroître la performance de son site web.

Owned media : animer une marque forte et développer sa communauté

- Optimiser le parcours utilisateur de son site
- Donner du sens à sa marque et contribuer au business par le content marketing
- SEO : Travailler son référencement naturel pour améliorer son ranking : outils d'analyse et de rédaction.

Earned media : gagner en crédibilité et élargir son influence

- Compenser la perte de puissance du paid media : miser sur un trafic pérenne.
- Publier, animer ses media sociaux pour renforcer la proximité de sa marque avec ses clients.
- Stratégie d'influence, User Generated Content (UGC)... : encourager un engagement authentique.
- Surveiller sa e-reputation et faire de la preuve sociale un gage de confiance.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Exploiter les leviers de la fidélisation et gérer la performance on-line (Module 3 - 2 jours)

Modules distanciels :

- Quelles sont les bonnes techniques pour acquérir, convertir et fidéliser ses clients
- Quels indicateurs suivre pour calculer son ROI digital ?

Optimiser sa conversion online

- Analyser le poids de chaque levier dans sa conversion : google analytics, lead scoring, AB Testing.
- Sélectionner son modèle d'attribution pour mesurer le poids de chaque levier dans sa conversion.
- Challenger sa répartition Paid, Owned, Earned : faire un arbitrage budgétaire.

Placer le client au cœur du système marketing digital : CRM & fidélisation

- Affiner la connaissance de ses clients et comprendre leurs attentes : l'importance de la data
- Consolider le lien avec sa société grâce au marketing automation.
- Mettre en place des dispositifs de fidélisation active : privilèges, programme fidélité, reconnaissance...
- Paramétrer et utiliser ses outils CRM pour personnaliser sa relation client.

Des indicateurs au tableau de bord : piloter sa stratégie digitale

- Définir ses objectifs par levier web et fixer les KPIs pertinents



- Piloter la performance de ses actions webmarketing par Web Analytics.
- Consolider ses résultats dans un tableau de bord.

Améliorer sa stratégie marketing digital

- Évaluer la rentabilité de ses actions webmarketing : calcul de ROI, coût d'acquisition...
- Prioriser ses actions et tester de nouvelles pistes pour optimiser ses investissements.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Construire son plan marketing digital (Module 4 - 2 jours)

Déployer sa démarche marketing digital vers des objectifs clairs

- Faire connaître sa marque, ses produits et services via les opérations multicanales.
- Attirer ses leads sur son site via une stratégie de lead génération efficace.
- Favoriser l'interaction sur son site en optimisant les parcours de visite et les call to action (CTA).
- Fidéliser ses visiteurs et clients par une stratégie de brand content pérenne et les programmes de fidélisation.
- Accroître l'engagement.

Bâtir son plan marketing digital (étude de cas)

- Définir sa stratégie digitale.
- Allouer un budget et des ressources.
- Planifier et orchestrer les opérations.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Certification Professionnelle Responsable Marketing digital (1 jour)

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel ISM Responsable marketing digital attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Organisme qualifié par l'ISQ – OPQF.

INTERVENANTS

Karim LEKHCHINE

Alan CALLOC'H
Expert Marketing Digital
SOCIÉTÉ BEGLOB

Dominique BALETTE-PAPE
CANOOE

Sébastien MOREL

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Cette formation, en plusieurs modules, alterne théorie et pratique et met l'accent sur les échanges et le mode collaboratif. Les exercices en salle et d'intersessions permettent d'évaluer la prise en main des outils, concepts et méthodologies vus en formation. Parallèlement, chaque participant, souhaitant passer la certification du parcours, travaille sur un sujet personnel, choisi en lien avec l'équipe pédagogique. L'ensemble du parcours permet d'appréhender et de valider les différentes connaissances et compétences nécessaires à la réalisation de ce sujet/projet. Grâce à leur expertise, les intervenants conseillent et accompagnent ces apprenants jusqu'à la présentation de leur travail. Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :





BY ABILWAYS

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

LIEUX ET DATES

À distance

11 oct. 2021 au 13 janv. 2022
01 déc. 2021 au 04 mars 2022
16 mars au 02 juin 2022
30 août au 24 oct. 2022
01 déc. 2022 au 01 mars 2023
16 mars au 02 juin 2023

Paris

29 nov. 2021 au 25 févr. 2022
12 janv. au 31 mars 2022
09 juin au 15 sept. 2022
07 sept. au 23 nov. 2022
08 nov. 2022 au 09 févr. 2023

Lyon

30 août au 24 oct. 2022

Lille

01 déc. 2022 au 01 mars 2023

Rennes

03 févr. au 06 mai 2022

Toulouse

16 mars au 02 juin 2022

