



PARCOURS MÉTIERS – MARKETING DIGITAL

Générer de la croissance en déployant votre stratégie digital

FORMATIONS COURTES

INITIATION

BEST-OF

CERT.

PARCOURS MÉTIER

Ref. : C19CERTIWEB

Durée :
8 jours - 56 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 5200 € HT

Repas inclus

Code Dokelio : AF_0000025509

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 de notre parcours métier marketing digital, validez et valorisez vos nouvelles compétences professionnelles auprès de votre entreprise, sur votre profil LinkedIn ou tout simplement sur votre CV.

A l'issue de cette formation, vous avez l'opportunité exclusive d'acquérir une attestation de compétences et valider vos compétences en passant un examen ISM.

Coût supplémentaire de l'attestation : 450€ HT.

Format de l'examen :

- Une évaluation continue après chaque module sous forme de quizz.
- Un mémoire à réaliser.
- Une soutenance devant un jury ISM.

Si vous souhaitez passer une certification, merci de l'indiquer sur votre bulletin d'inscription.

Nous vous invitons à vous rapprocher de votre conseiller clientèle afin d'en savoir plus au 01 85 53 19 31.



OBJECTIFS

- Acquérir une vision globale du marketing digital.
- Bâtir et dérouler son plan marketing digital.
- Suivre, optimiser et interpréter ses performances sur le web.

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



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

ISM - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28



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

Pendant

Elaborer une stratégie de marketing digital (Module 1 - 2 jours)

Comprendre les bases de la discipline, appréhender les leviers et canaux, savoir cadrer un projet et se fixer des objectifs.

Comprendre l'écosystème du marketing digital.

- Comprendre un marketing orienté client en s'appuyant sur des exemples de pure players en B2C et en B2B.
- Se représenter les métiers, les expertises, les leviers et les canaux permettant de construire, déployer et animer une stratégie de marketing digital.
- Comprendre les principales tendances, usages et acteurs du Web.
- Se représenter les grandes actions et les outils associés du marketing digital.

Méthodes pour intégrer le digital dans sa démarche stratégique.

- Segmentation de son marché.
- Attractivité en ligne.
- Compétitivité : benchmark digital.
- Ciblage : segments et personas.
- Positionnement et love brand.

Élaborer une stratégie de marketing digital

- Savoir positionner une offre sur le web.
- Définir le parcours client de sa cible prioritaire.
- Fixer des objectifs (OKR) SMART.
- Définir le plan d'actions (expertises, leviers, canaux et outils).
- Organiser le tracking web.

Exemple d'atelier :

- Construire un parcours client en identifiant les principaux points de contact et en prenant appui sur une réflexion en marketing stratégique.
- Déterminer un plan d'actions et des objectifs (O)KR.
- Déterminer une stratégie de contenus en phase avec ses cibles et son parcours client.

Pendant

Gagner en visibilité et acquérir du trafic (Module 2 - 2 jours)

Attirer des prospects avec le bon mix inbound et outbound marketing en ciblant les bonnes audiences, sur les bons canaux et avec les bons messages.



Modules distanciels :

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

Méthodes pour se rendre visible sur le web.

- Identifier les méthodes pour construire une stratégie de visibilité en ligne : techniques, canaux et outils.
- Assimiler la méthodologie pour construire une stratégie SEO efficace en agissant sur les 3 piliers : contenu, technique et popularité.
- Assimiler les grands principes du fonctionnement de l'e-mailing et de la newsletter
- Exploiter les réseaux sociaux et l'influence pour améliorer sa visibilité en s'appuyant sur des dynamiques communautaires.
- Identifier les familles de solutions publicitaires on-line et comprendre leurs forces et faiblesses respectives

Élaborer une stratégie de visibilité en ligne

- Déterminer une stratégie de visibilité en mixant inbound et outbound.
- S'appuyer sur le storytelling et le marketing de contenus.
- Élaborer une stratégie de référencement naturel.
- Comprendre le fonctionnement Google Ads.
- Comprendre le fonctionnement des social ads : linkedin, instagram ou Facebook.

Exemple d'atelier :

- Sélectionner les bons canaux de visibilité en tenant compte d'un contexte stratégique.
- Déterminer une stratégie de mots clés et savoir rédiger pour le SEO.
- Construire une stratégie d'influence marketing en s'appuyant sur des contenus engageants.
- Construire une newsletter efficace, source d'un trafic régulier et engagé.

Pendant

Engager vos cibles et fidéliser vos clients (Module 3 - 2 jours)

Offrir une expérience en ligne fluide et de qualité, déterminer et déployer le tunnel de vente, mettre en place les actions et outils pour optimiser la relation avec les prospects et clients.

Modules distanciels :

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

Méthodes pour optimiser l'engagement et la conversion en ligne

- Comprendre le fonctionnement et les grands principes d'un tunnel de conversion et identifier les différents leviers d'optimisation (audience, message et offre).
- Comprendre les bases de la conception d'un site internet en intégrant les grands principes de l'UX (User Experience) et de l'UI (User Interface)
- Identifier les techniques de persuasion permettant d'encourager un internaute à s'engager sur un site internet ou une application.

Méthodes pour fidéliser ses clients et stimuler le bouche à oreille.

- Forces et avantages de la fidélisation online.
- Comprendre le rôle du CRM et ses différentes briques technologiques.
- Comprendre l'importance de la donnée prospect et client (data marketing) pour mieux organiser son marketing en acquisition, conversion et fidélisation.
- Comprendre le rôle du plan marketing relationnel pour activer sa base de données CRM.



- Comprendre les fondamentaux d'un plan marketing relationnel en identifiant toutes les actions et ressources impliquées.
- Conceptualiser des scénarios marketing automatisés et savoir les déployer sur un outil de marketing automation.

Élaborer une stratégie de conversion et de fidélisation

- Optimiser l'AMO : affiner l'audience, travailler ses messages et optimiser l'offre.
- Construire des landing page pensées pour la conversion.
- Mettre en place une stratégie de collecte et de gestion de leads.
- Consolider le lien avec vos cibles à l'aide du marketing automation.
- Collecter et diffuser des avis, des témoignages clients.
- Construire une dynamique communautaire et stimuler son rayonnement.

Exemple d'atelier :

- Modéliser un tunnel de vente et une stratégie de conversion en lien avec un contexte stratégique.
- Déterminer un plan de collecte de données marketing pour enrichir son PRM et son CRM.
- Conceptualiser une campagne de marketing automation à l'aide du logiciel Hubspot.

Pendant

Suivre et optimiser vos performances (Module 4 - 2 jours)

Méthodes pour suivre et optimiser sa performance

- Comprendre les grands principes du tracking Web : navigateur, cookie et autres mécanismes.
- Savoir fixer un budget, calculer le CAC, le ROI et comprendre les principaux indicateurs de performance du marketing digital.
- Identifier les différents tableaux de suivi de performance et leurs rôles pour suivre une performance et prendre des décisions d'optimisations.
- Appréhender les bases de la philosophie agile du growth marketing en prenant appui sur le framework AAARRR.

Fixer et suivre ses performances sur la base d'un cas concret

- Paramétrer les bases d'un outil statistiques tel Google Analytics.
- Décrypter et tirer des enseignements des données analytics.
- Calculer un coût d'acquisition et un ROI.
- Prioriser ses actions en tenant compte de ses performances.
- Fixer des objectifs en prenant appui sur les méthodes agiles.

Exemple d'atelier :

- Calculer un ROI en prenant appui sur un ensemble d'hypothèses.
- Se repérer dans Google Analytics, fixer des objectifs et interpréter des résultats.
- Déterminer des expérimentations, identifier les ressources et fixer des OMTM.

INTERVENANTS

Alan CALLOC'H
TURQUOISE ACADEMY

MODALITÉS 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 :

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.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



LIEUX ET DATES

À distance

19 nov. 2024 au 04 févr. 2025

Paris

24 juin au 08 oct. 2024

26 sept. au 13 déc. 2024