



DÉPLOYER DES CAMPAGNES MARKETING OMNICAANALES

Offrir une expérience marketing personnalisée

Communiquer, s'informer, rechercher de l'information, comparer des prix... se fait en utilisant différents canaux. Déployer des campagnes multicanales est donc devenu un enjeu majeur pour les entreprises.

OPTION MICRO-CERTIFICATION ISM*

Dans le cadre de la micro-certification, sur la dernière année : taux de réussite 100%.

FORMATIONS COURTES

INITIATION

CPF

Ref. : C19ECANAL

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1390
€ HT
Particulier : 1530 € TTC

Code CPF : 1345

OBJECTIFS

- Performer avec ses campagnes marketing omnicanales grâce aux données.
- Associer avec efficacité les différents canaux et actions marketing on/off-line.
- Améliorer la rentabilité de ses actions on/off-line.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Chef de projet, marketing communication, chef de produits.

PRÉREQUIS

Aucun.

COMPÉTENCES ACQUISES

Améliorer la performance de ses campagnes marketing omnicanales.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Déployer des campagnes marketing omnicanales

Module distanciel :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- ATAWADAC: un seul mot barbare pour tout comprendre ?

Analyse de données : consolider une vue holistique de son client

- Mettre en place une structure dynamique et évolutive pour collecter et organiser efficacement ses informations.
- Concevoir une gouvernance de données unique dans le respect des nouvelles contraintes légales : RGPD, ePrivacy.
- Fédérer ses données dans un seul endroit pour proposer une expérience client cohérente.
- Navigation, point de vente, CRM... : réconcilier les données de différentes sources pour une vision globale du client et son parcours.
- Formaliser sa stratégie client : donner de la valeur à ses données.

Mobile : penser dans sa globalité son parcours client

- Appréhender le nouveau parcours d'achat et usages mobile du consommateur connecté.
- Timing, forme, fond : élaborer un stratégie mobile-first pour relier l'ensemble du parcours client.
- Enrichir ses leviers marketing existants par une approche mobile : interaction, viralité





et engagement.

- Emailing, search, in-app... : imaginer un storytelling et des campagnes marketing déclinables sur tous les canaux mobiles.

Marketing automation : optimiser l'activation et la conversion de ses canaux

- Cartographier les instants clés des parcours clients pour gagner en pertinence et réactivité dans ses réponses.
- Capitaliser sur les micro-moments pour améliorer la fluidité de son expérience client.
- Faire passer le bon message au bon moment : constituer une banque de contenus adaptés à chaque étape du parcours client.
- Scénarios et plateforme : parfaire la diffusion du contenu pour rencontrer avec justesse les besoins client.

Mesure de la performance : ajuster ses campagnes marketing omnicanales

- Évaluer ses campagnes marketing omnicanales avec les outils de Web Analytics.
- Identifier les segments clients à forts potentiels : décrypter la « life time value », par client/campagne/canal.
- Optimiser ses ressources et prioriser ses actions marketing grâce au scoring.
- Calculer le ROI de ses actions marketing omnicanales pour challenger son plan marketing.
- Allouer son budget marketing suivant la rentabilité de chaque canal.

** Dans le cadre de l'option micro-certification, l'acquisition des compétences sera évaluée par contrôle continu et exercice final articulant l'ensemble des concepts abordés.*

Option micro-certification : tarif Particulier

Si vous souhaitez passer la micro-certification et utiliser son CPF, merci de vous inscrire via www.moncompteformation.gouv.fr.

INTERVENANTS

Florent MARIOTTI
FM INSIGHT

Renaud ALQUIER
ALQUIER Renaud

Julie MORIN DOMINGUEZ
FIBRECOCO SAS

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 :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

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.

LIEUX ET DATES





À distance

31 janv. et 01 févr. 2022
07 et 08 mars 2022
13 et 14 juin 2022
02 et 03 nov. 2022

Paris

14 et 15 déc. 2021
09 et 10 mai 2022
06 et 07 sept. 2022
06 et 07 déc. 2022

Nantes

12 et 13 oct. 2022

Bordeaux

02 et 03 nov. 2022

Lille

13 et 14 juin 2022

Strasbourg

07 et 08 mars 2022

