



BY ABILWAYS

FORMATIONS COURTES

INITIATION



Ref. : C19NEWMK

Durée :
3 jours - 21 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1940
€ HT

Code
Dokelio AF_0000025933
:

LES NOUVELLES TENDANCES DU MARKETING

S'approprier les nouvelles tendances du marketing pour identifier des opportunités

Les techniques marketing et les comportements clients ont beaucoup évolué ces dernières années et il n'est pas toujours facile de s'y retrouver. Alors que faire ? Quelles sont ces nouvelles tendances qu'il faut maîtriser et comment en tirer le meilleur parti ?

OBJECTIFS

Comprendre les nouvelles tendances du marketing pour identifier de nouvelles opportunités.

Adopter une démarche marketing orientée client.

Repenser son business model et sa stratégie de prix.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Directeurs ou responsables marketing, chefs de groupes, chefs de produits/marché, directeurs ou responsables commerciaux.

PRÉREQUIS

Avoir une connaissance du marketing.

COMPÉTENCES ACQUISES

Apprécier les dernières évolutions du marketing digital pour développer une approche prospective et différenciante.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

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

PROGRAMME

Les nouvelles tendances du marketing

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- Qu'est-ce que le digital a changé au marketing ?
- Comment utiliser efficacement les réseaux sociaux pour sa marque ?
- Quelles sont les opportunités à saisir sur les nouveaux réseaux sociaux ?
- Interview : quelles sont les nouvelles tendances du marketing digital ?
- Pourquoi utiliser le growth hacking comme levier de croissance ?

Challenger son approche stratégique

- Fixer des objectifs SMART cohérents avec ses leviers marketing.
- Définir des KPIs et paramétrer leur tracking pour suivre la qualité de ses actions.
- Partir du client pour analyser son buyer's journey : techniques et retours d'expérience.
- Concevoir et exploiter des personas dans sa stratégie marketing : méthodes et alertes.
- Valider sa proposition de valeur et se différencier grâce au lean startup.
- Storytelling, greenmarketing, confiance client... : capitaliser sur ses valeurs de



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



BY ABILWAYS

marque pour concevoir une stratégie marketing authentique et puissante.

- Voice marketing : tirer profit du canal vocal pour faire évoluer sa stratégie marketing.

Maximiser sa stratégie d'attractivité

- Définir une stratégie de référencement naturel (SEO) performante pour gagner en visibilité.
- Display et programmation : assimiler les évolutions et tendances des publicités en ligne pour optimiser ses pratiques.
- Optimiser ses investissements publicitaires : programmation, RTB et affiliation.
- Estimer le potentiel du Growth Hacking pour son business.
- Structurer sa stratégie de content marketing pour renforcer son positionnement digital : marketing de l'influence, buzz, marketing viral, RP digitales.
- Tester les nouveaux réseaux sociaux et leurs social ads pour toucher une audience large.

Optimiser ses conversions

- Capitaliser sur le marketing automation pour améliorer son taux de conversion
- Améliorer l'expérience utilisateur et la performance de son site grâce aux principes d'UX Design : pages produits, checkout, recherche, temps de chargement, e merchandising.
- Pratiquer le copywriting pour créer des landing pages performantes : conseils pratiques.
- Social commerce : évaluer ses opportunités business pour se lancer.

Renouveler sa dynamique d'engagement

- Personnalisation et connaissance client : intégrer les opportunités du data marketing et des outils CRM.
- Mobiliser brand content et social media management pour mettre en avant avec transparence sa marque et ses engagements.
- Podcasts, tutoriels, livres blancs, ateliers, LMS : utiliser les contenus éducatifs comme des leviers d'engagements.
- Multiplier ses "snack content" pour diversifier les typologies de contenus de son entreprise : l'effet Tiktok.
- Miser sur l'Intelligence Artificielle et les bots pour gagner en réactivité et fluidifier son service client.

Renforcer le suivi de ses actions et de leurs performances

- Maîtriser les rapports de Google Analytics pour suivre ses conversions et ses campagnes.
- Mettre en place une stratégie d'A/B Testing pour améliorer ses pratiques.
- Construire ses tableaux de bord pour un suivi quotidien : outils et astuces pratiques.

INTERVENANTS

Alan CALLOC'H
Expert Marketing Digital
SOCIÉTÉ BEGLOB

Laurent BENARD

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 :

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

08 au 10 nov. 2021

09 au 11 mai 2022

11 au 13 juil. 2022

13 au 15 sept. 2022

Paris

26 au 28 janv. 2022

08 au 10 mars 2022

20 au 22 déc. 2022

