

Marketing Digital

Développer sa clientèle grâce au marketing digital Durée 35 h

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

MODULE 1 : IDENTIFIER LES ELEMENTS FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL

Objectif : A l'issue de ce module le stagiaire sera capable d'identifier les éléments du marketing digital pour faire connaître son activité

- 1 – La différence entre Marketing digital et Marketing traditionnel
- 2 – Comment créer un tunnel de conversion
- 3 – Evaluation de module
- 4 – Correction d'évaluation

MODULE 2 : DETERMINER SON CLIENT CIBLE

Objectif : A l'issue de ce module le stagiaire sera capable de définir le portrait-robot de son client cible

- 1 – Comment définir son client cible
- 2– Comment établir le cadre de référence de son client cible
- 3– Comment réaliser l'étude quantitative de son client cible
- 4– Comment réaliser l'étude qualitative de son client cible
- 5– construire le portrait-robot de son client cible
- 6 – Evaluation du module
- 7– Correction d'évaluation

MODULE 3 : VALIDER SON POSITIONNEMENT EN FONCTION DE L'ETUDE DE MARCHÉ

Objectif : A l'issue de ce module le stagiaire sera capable de définir de valider son positionnement sur son marché et définir sa proposition de valeur

- 1- Comment Réaliser l'analyse de son marché
- 2- Définir sa proposition de valeur
- 3- Positionner son offre Définir son positionnement
- 4- Définir sa stratégie de prix en fonction de sa cible et de sa concurrence
- 5- Evaluation du module
- 6- Correction d'évaluation

MODULE 4 : DEFINIR UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITAL

Objectif : A l'issue de ce module le stagiaire sera capable de mettre en place une stratégie de communication digital

- 1- Les étapes pour définir sa stratégie de communication
- 2- Comment Construire sa ligne éditoriale
- 3- Créer son tableau de reporting pour ses indicateurs de performance
- 4- Comment Mettre en place une stratégie de marketing digital globale
- 5- Définir les différents canaux de sa stratégie marketing
- 6- Evaluation du module
- 7- Correction d'évaluation



MODULE 5 : ACQUERIR DES CLIENTS PAR LES LEVIER DE CROISSANCE ORGANIQUE

Objectif : A l'issue de ce module le stagiaire sera capable définir des stratégies d'acquisition organique via les réseaux sociaux

- 1- Différence entre levier le levier de croissance organique et payant
- 2- Créer et fédérer sa communauté
- 3- Définir un calendrier éditorial pour ses réseaux
- 4- Transformer ses clients en ambassadeurs
- 5- Comment faire de la veille sur les réseaux sociaux

