

FORMATION AGENCE AND/CO MARKETING DIGITAL ET RÉSEAUX SOCIAUX

LIEU Agence AndCo, Les Jardins d'Entreprise - Bât. I - 213 rue de Gerland, 69007 LYON	DURÉE 2 jours	HORAIRES 09h30-12h30 / 13h30-17h30
MODALITÉ Présentiel/Distanciel	NOMBRE DE PARTICIPANTS 6 max.	TARIF 2 275€
CERTIFICATION, DÉBOUCHÉS /	PUBLIC CIBLE Tout public	VERSION/DATE 2022
DÉLAI D'ACCÈS A convenir	CONTACT FORMATEUR laura@agenceandco.com	

PRÉREQUIS

-Connaissance du digital et des principaux réseaux sociaux

OBJECTIFS

- Comprendre l'évolution du comportement des consommateurs et des marques : Marketing 1.0, Marketing 2.0 et Marketing 3.0
- Connaître les principaux supports du Marketing Digital et comprendre leurs modes de fonctionnement
- Connaître les principaux leviers du Marketing Digital et comprendre leurs modes de fonctionnement
- Apprendre les fondamentaux de la construction d'une stratégie Digitale
- Apprendre à communiquer sur les réseaux sociaux : focus LinkedIn et Facebook (optionnel)

MODALITÉS TECHNIQUES, PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

Support pédagogique, exercices sur moteur de recherche, réseaux sociaux, Google Ads et Social Ads

PROGRAMME CONTENU

1. Analyser l'évolution du comportement de consommateurs et des marques

- Du Marketing 1,0 au Marketing 3.0, de l'outbound à l'inbound Marketing
- La révolution d'internet et des réseaux sociaux
- L'essor du Marketing Digital et ses enjeux

2. Identifier les différents supports du Marketing Digital, leur utilité et modes de fonctionnement

- Les moteurs de recherche et la place prépondérante de Google
- L'importance du site internet
- Les autres supports digitaux (tablette, téléphone, DOOH)
- Les réseaux sociaux
- Les applications mobiles

3. Les leviers du Marketing Digital : identifier et comprendre leurs modes de fonctionnement

- Comprendre et optimiser son SEO
- Comprendre le SEA, l'enchère et rédiger une annonce sur Google, les modes de facturation
- L'UX, l'UI, l'A/B testing, le SXO
- Les différents types de contenu : le storytelling, le brand content et le content marketing
- La vidéo, le nouveau format incontournable pour créer de l'engagement
- L'emailing Marketing, les bonnes pratiques
- Le Bulk messaging
- Les influenceurs, les nouveaux leaders d'opinion

4. Construire sa stratégie digitale

- Les étapes incontournables à la stratégie digitale : l'écosystème (analyse SWOT), le périmètre de la marque, la cible (buying persona), les objectifs, les leviers de communication, les piliers de communication, pérenniser la création de contenu
- Les différentes étapes de l'inbound Marketing : attirer, convertir, conclure et fidéliser. Focus sur :
 - o Landing pages
 - o Le Marketing Automation
- L'algorithme Google, son mode de fonctionnement
- L'algorithme des RS
- Augmenter son audience

5. Communiquer sur les réseaux sociaux

- Construire un plan de communication
- Le rôle du community manager
- Google Analytics
- Les bonnes pratiques pour écrire un post
- Les 4 qualités d'une com' digitale
- Le SMO et le SMA
- Facebook Ads, Youtube Ads
- Focus LinkedIn

POINTS FORTS DE LA FORMATION

Formation contenant de la théorie et des exercices pratiques faisant réfléchir sur ses propres problématiques digitales.

MODALITÉ D'ÉVALUATION DES CONNAISSANCES

Quizz, exercices pratiques, questions/réponses

MODALITÉ D'ÉVALUATION DE L'APPRÉCIATION DES PARTICIPANTS

Un questionnaire de satisfaction est remis à la fin de la formation

ACCESSIBILITÉ PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Nous contacter en cas de besoin afin d'étudier les adaptations possibles