

# Certification avec tutorat du cycle Responsable Webmarketing

-Référence: **MR-179**

-Durée: **2 Jours (14 Heures)**

## Les objectifs de la formation

- S'approprier les fondamentaux du marketing digital et en comprendre les enjeux
- 
- Construire une stratégie marketing digital
- 
- Acquérir les méthodes pour la déployer
- 
- Définir et choisir les outils adaptés
- 
- Suivre et faire évoluer sa stratégie
- 

## A qui s'adresse cette formation ?

### POUR QUI :

- Responsables marketing et/ ou responsables marketing digital.

### PRÉREQUIS :

- Aucune connaissance particulière.

• .

## Programme

- **Marketing digital : principes et enjeux**
  - Connaître les quatre phases d'évolution du marketing digital : des moteurs de recherche à l'Internet des objets...
  - Identifier comment les technologies modifient en profondeur les usages des consommateurs.
  - Analyse du Hype Cycle de Gartner.
  - Comprendre la nécessaire transformation des entreprises à l'heure du digital et les impacts sur le marketing.
  - Zoom sur les six piliers de la transformation digitale selon McKinsey.
  - Le Big Data et le e-CRM.

- **Intégrer le digital dans les stratégies marketing**
  - Intégrer le digital dans sa stratégie marketing/communication.
  - Préparer l'entreprise à déployer un marketing digital.
  - Comprendre les enjeux des différentes parties prenantes.
  - Savoir composer les bonnes équipes.
  - Découvrir la méthodologie BTC : de l'audit aux plans d'actions sur les différents points de contacts.
  - Identifier les enjeux du digital pour les marques et l'importance de devenir Digital Friendly.
  - Passer de l'exposition à l'engagement.
- **Découvrir les évolutions du marketing digital à l'heure de la data**
  - Passer de l'emailing au programme relationnel multi-canal.
  - Découvrir le marketing automation et les nouvelles possibilités de scénarios.
  - Appréhender les différents types de Data disponibles pour les entreprises et savoir les différencier.
  - Comprendre la révolution de la publicité online : du médiaplanning à l'audience planning et au programmatique.
  - Comprendre l'évolution des modes d'achat et les nouvelles possibilités de cibrages marketing.
  - S'organiser face aux nouveaux enjeux et opportunités offertes par la Data pour le digital.
  - Comprendre les dimensions techniques des plateformes des Data Management Platform (DMP) et Customer Data Platform (CDP).
- **Définir et développer une stratégie digitale gagnante et efficace**
  - Positionnement de l'entreprise : audit digital interne et concurrentiel SWOT, PESTEL...
  - Cartographie de son parcours client digital : adapter son plan marketing digital.
  - Identification des actions marketing digital à mener via la définition d'objectifs SMART.
  - Les techniques de référencement, clés de la visibilité digitale de l'entreprise.
  - Paid, Owned et Earn Media (POEM), les principes d'acquisition.
  - Les leviers : branding, performance.
- **Méthodes et outils de déploiement**
  - Appréhender les leviers webmarketing, display, e-mailing, content marketing.
  - De l'Outbound Marketing à l'Inbound Marketing, évolution des attentes digitales des consommateurs.
  - Les leviers performants pour créer la notoriété et générer des leads.
  - Utiliser l'inbound marketing pour convertir les leads en contacts qualifiés puis en clients et en ambassadeurs.
  - Utiliser et mixer les réseaux sociaux et savoir piloter son Community Management.

- Lead Nurturing et Marketing Automation : les clés pour optimiser sa performance en digital.
- **Planifier et budgéter sa campagne digitale**
  - Mise en œuvre d'un planning de campagne.
  - Construction du budget : formulation d'hypothèses de trafic, de conversion, calcul de coûts associés ...
  - Les outils à disposition : Ganttter...
  - La mesure des performances : tracking.
  - Quels indicateurs de performance et pourquoi ?
  - Analyse et pilotage des résultats. Panorama des outils : Google Analytics, Omniture,...
  - Organisation du reporting : création de dashboard personnalisés sur Google Data Studio.
  - Définition d'un plan d'action.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :  
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30  
Casablanca 20340, Maroc