Marketing et stratégie digitale

Référence	MarKDi – Mise à jour 1/2021
Durée	Sur mesure
Pédagogie	• Pédagogie orientée projet • Présentation étape par étape • Mise en place d'un projet avec le stagiaire • Supports de cours numériques
Public Visé	Tout public sensibilisé aux stratégies marketing
Animateur / Formateur	Aurélian BELLOU-BOUSSELAIRE Thomas Quantin
Prérequis	Bonne utilisation de Microsoft Windows ou de MacOS
Lieu	Dans nos locaux, sur site ou en FOAD
Formation éligible au CPF	221524

1 Objectifs / Finalités

- Définir une stratégie multicanal
- Mettre en oeuvre et piloter cette stratégie
- Optimiser l'expérience utilisateur d'un site ou d'un service web
- Utiliser les outils d'analyse d'audience pour adapter ses actions de marketing digital
- Créer un site vitrine
- Créer un site e-commerce
- Réaliser un cahier des charges mobile / fixe / web …
- Piloter la création de sites web en respectant l'accessibilité
- Développer des espaces clients
- Maîtriser les méthodes agiles

2 Thématiques

Séquence 1 : Le digital dans l'entreprise

- Analyser les tendances avec les outils numériques
- Dématérialiser les process et les services

- Définir une stratégie omnicanal
- Définir une politique sur les réseaux sociaux
- Créer des liens entre les médias sociaux, web, mobiles et traditionnels
- Créer et entretenir du lien avec les communautés web et les influenceurs

Séquence 2 : Piloter un projet web

- Créer un site vitrine
- Créer un site e-commerce
- Réaliser un cahier des charges pour les projets web ou mobile
- Optimiser la performance d'un site web, les parcours utilisateur…
- Mesurer l'efficience et l'améliorer grâce aux outils d'analyse d'audience
- Créer et optimiser les campagnes de référencement payant
- Améliorer le SEO, utiliser Google Search Console, faire des recommandations aux équipes de développeurs quand aux stratégies à mettre en place

Séquence 3 : Méthode Agile

- Gestion de projet avec les méthodes agiles : SCRUM
- Gestion d'équipe

Séquence 4 : Intégrer les technologies de l'entreprise digitale

- La sécurité du numérique
- Outils de bureau numérique
- Intégrer les solutions Cloud et SaaS
- La gestion de données, le respect de la RGPD
- Les outils collaboratifs de management
- La mise en pratique du travail collaboratif
- Nouvelles pratiques, barrière public-privé, utilisation mixte des devices

Séquence 5 : Optimiser l'expérience utilisateur

- Utiliser le digital pour améliorer la communication avec le client
- Elaborer une stratégie de référencement
- Etudier les comportements du consommateur numérique
- Dynamiser ses outils de communication numérique
- Faire une veille des tendances.

3 Evaluations

- Evaluation sur cas pratique au cours de chaque séquence et sur chaque projet avec revue si necessaire des éléments non réutilisables
- Evaluation finale de la formation via projet.