



*« Lorsque deux forces sont jointes,
leur efficacité est double »*

Isaac NEWTON

**Maitriser les différents outils liés au
digital
(Formation formateurs NDRC)**

Accompagnement

Formation

Recrutement

Contexte :

Les objectifs

Maîtriser les mécanismes du Web marketing :

- Comprendre les enjeux liés à la digitalisation de la relation client
- Connaître les meilleures pratiques digitales dans le domaine
- Construire vos parcours clients cibles en intégrant le meilleur du digital

Elaborer et animer une stratégie marketing sur les réseaux sociaux, le community management

Savoir développer et mesurer son influence sur le web

Calculer et suivre son retour sur investissement

Les prérequis

Connaissances de l'outil informatique de la navigation web et des principaux réseaux sociaux. Avoir une sensibilité dans le digital et une prise de conscience de son essor. Test de positionnement d'entrée de formation.

Programme de la formation 5 jours

Jour 1 :

- **Matin : Découvrir le marché du digital dans le monde et en France (3.5h)**
 - Évolution des technologies et des usages : du Web 2.0 au Web 3.0 ou Web sémantique.
 - Comportements et attitudes des internautes et mobinautes : typologie.
 - Règles de protection de l'individu sur le Web.
 - Les fonctions clés : Webmarketeur, traffic manager, community manager...
- **Après midi : Relation client digital (3.5h)**
 - Comprendre les besoins et les comportements des clients digitaux
 - Identifier les profils des utilisateurs digitaux
 - Construire les parcours clients
 - Connaître les meilleures pratiques digitales
 - Manager la relation clients aujourd'hui

Jour 2 :

- **Matin : Découvrir et choisir les outils et les leviers de marketing digital les plus cohérents pour mon activité (3.5h)**
 - La démarche webmarketing : structurer ses campagnes.
 - La stratégie de communication digitale : structure et étapes clés.
 - Les leviers de la communication digitale. Les techniques promotionnelles sur le Web : jeux, concours.

- **Après-midi : Comprendre les mécanismes du Search (3.5h)**
 - Panorama des acteurs et des outils de recherche.
 - Techniques de search marketing : SEM, SEO, SEA.
 - Méthodologie pour optimiser son référencement naturel

Jour 3 :

- **Matin : Comprendre le concept d'e-réputation pour améliorer sa présence sur le web (3.5h)**
 - Identité numérique, personal branding et e-reputation.
 - Mettre en place un dispositif de veille.

- **Après-midi : Mesurer l'importance des réseaux sociaux et mettre en place en place sa stratégie SMO (Social Media Optimization) (3.5h).**
 - Les internautes acteurs de leur communication.
 - Définition et usages des réseaux et des médias sociaux.
 - Marketing relationnel et Brand content

Jour 4 :

- **Matin : Email marketing (3.5h)**
 - Cadre juridique et nouveau règlement européenne (RGPD)
 - Les moyens de collecte de contacts on line et off line
 - Conseil clés pour rédiger et mettre en forme un emailing
 - L'optimisation de la délivrabilité

- **Après-midi : Concevoir et piloter une stratégie CRM (3.5h)**
 - La notion de point de contact et la question de la DMP
 - Identifier les buyer persona
 - Élaborer les workflow

Jour 5:

- **Matin : Piloter mon activité digitale au quotidien (3.5h)**
 - Définir le calendrier et les moyens financiers et humains.
 - Définir les critères de mesure et d'évaluation en fonction des objectifs.
 - Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions.
- **Après-midi : Mesurer la performance de mes actions digitales (3.5h)**
 - Les indicateurs qualitatifs et quantitatifs : KPI et ROI.



Méthodes et moyens

Apports théoriques (mis à disposition des stagiaires), échanges, outils méthodologiques. Mise en place de tutoriel vidéo de présentation des modules de formation (objectif de la séance...). Mise en place d'un outil collaboratif virtuel.

La pédagogie mise en œuvre est inductive et interactive :

Inductive : expression du besoin et retour d'expérience vécue

Interactive : alternance d'apports méthodologiques et théoriques et de mises en situation. Les apports théoriques sont contextualisés.



Durée du module

Module de 35H répartis ainsi :

- 5 journées de 7H (9h-12h30 et 13h30-17h)



Calendrier prévisionnel

Tronc commun :

A définir



Lieu

A définir



Evaluation

Une évaluation en fin de formation sera effectuée, auprès du stagiaire et auprès du service en charge de la formation, par Histya pour mesurer la satisfaction générale des stagiaires sur le déroulement de la formation. Ainsi que la mise en place de Quizz pour valider l'acquisition des compétences et l'atteinte des objectifs de la formation.

Devis :

Pour une formation en Intra entreprise

Nombre de jours	Prix Unitaire HT	Prix total HT
5	1260€	6300€

Prix pour une formation en intra composé de 10 stagiaires maximum, comprenant les évaluations.