



Marketing digital
Réf : MG-RF
Date de création : 11/10/2021
Mise à jour : 12/03/22

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les usages et les comportements des e-acheteurs
- S'approprier les principes et les outils du e-commerce
- Acquérir les bases des stratégies e-marketing
- Accélérer la performance des ventes via internet

Durée :

2 jours soit 14 heures de formation.

Tarif (particulier – indépendant – salarié) :

1250€ TTC par élève.

Tarif intra :

Nous contacter.

Public :

- Service marketing
- Webmaster.
- Tout public souhaitant comprendre le fonctionnement des médias sociaux.

Inscription :

L'inscription définitive se fera via un bulletin d'inscription à renvoyer par email ou courrier.

Taux de satisfaction des stagiaires :

Le taux de satisfaction de cette formation sera actualisé après la formation. Prochainement tous les avis seront affichés sur notre site et certifiés par Avis Garantis.

Prérequis :

Notions d'internet et marketing pour suivre la formation Google Analytics

MODALITÉS

Accessibilité :

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables pour adapter les locaux, les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap annoncée. En fonction du type de demandes, nous mettons tout en œuvre pour nous tourner vers les partenaires spécialisés. Pour les personnes en situation de handicap, n'hésitez à nous contacter.

Modalité pédagogique :

Formation délivrée en présentiel avec une première partie théorique dédiée à la meilleure compréhension des enjeux lors d'un incendie, en alternance avec des méthodes démonstratives, des exercices pratiques et des mises de situation.

- Moyens pédagogiques techniques :



Marketing digital

Réf : MG-RF

Date de création : 11/10/2021

Mise à jour : 12/03/22

- Diaporamas, échanges et partages d'expérience.
- Exercices et études de cas spécifiques à l'entreprise

Comment le stagiaire peut se situer ?

Tout au début de sa démarche ou celle de la société pour laquelle il travaille, grâce à un premier audit d'évaluation réalisé avec une méthodologie et une formation complète qui lui est proposée.

En cours de démarche pour avoir une mise à jour ou actualisation sur ses pratiques et pour explorer de nouvelles pistes.

Modalités d'évaluation :

- En début de formation, avec un audit préalable d'évaluation des risques de l'unité de travail de l'employé.
- En cours de formation, pendant les Interactions entre les participants et le formateur à l'aide de mises en situation permanentes (Situations spécifiques dans la résolution de problèmes).
- En cours de formation, grâce à la pédagogie par l'action du formateur qui utilise son expérience pour entraîner les participants aux différentes postures et donner les conseils adéquats pour ensuite réaliser des jeux de rôles.
- En cours de formation, avec de tests réguliers de contrôle des connaissances.
- Test pratique en fin de formation.
- Évaluation à chaud fin formation.
- Remise d'une attestation individuelle de formation dont seront précisés les objectifs pédagogiques, le nombre d'heures total de la formation, la validation des acquis et la date.
- Évaluation à froid, 40 jours après la formation pour valider le transfert de vos acquis en situation de travail.
- Suivi tous les 3 mois avec le fichier « Suivi trimestriel Prévention - Base de connaissances Formations ».

Validation et sanction :

Remise d'une attestation individuelle de formation précisant les objectifs pédagogiques, le nombre d'heures total de la formation, la validation des acquis et la date de réalisation.

Admission et déroulement :

- Rendez-vous téléphonique ou présentiel pour réaliser un questionnaire préalable d'évaluation des risques professionnels pour mieux définir les contraintes spécifiques de chaque employé dans l'unité de travail concernée.
- Proposition d'un plan d'action prenant en compte la situation collective et individuelle du salarié qui sera incluse dans le contenu de la formation.
- Envoi de tous les éléments administratifs incluant le programme de formation, le devis et la convention.
- Réalisation de la formation avec les modalités d'évaluation décrites ci-dessus.
- Enquête de satisfaction en fin de formation.
- Remise d'une attestation individuelle de formation.

Easy Partenaire, 14 avenue de l'opéra 75001 Paris

Juan Carlos D'Arrigo, Référent pédagogique, handicap et qualité au sein d'Easy Partenaire

E-mail : ep.documentunique@gmail.com - Standard : 09 60 43 30 83



Marketing digital

Réf : MG-RF

Date de création : 11/10/2021

Mise à jour : 12/03/22

- Remise d'outils pour maintenir l'application des connaissances acquises dans la durée.
- Enquête à froid 40 jours après la formation.
- Easy Partenaire se réserve le droit d'annuler la formation si le nombre de stagiaires est inférieur à 4 personnes. Le maximum sera de 12 stagiaires par session.

Expérience et résultats :

Nous sommes certifiés et pleinement engagés dans une démarche qualité constante respectant les critères de qualité de Datadock et Qualiopi.

Taux de satisfaction : (nouvelle formation) : Sera la moyenne des notes attribuées par un stagiaire au cours des 12 derniers mois.

PROGRAMME

Introduction à la formation : Comprendre les enjeux de la marque

- Chiffres clés et tendances d'évolution
- Visualiser les opportunités du e-commerce en termes de croissance
- Se préparer à intégrer le digital à la stratégie de l'entreprise
- Panorama des modèles d'affaires
- Les outils au service du E-commerce.

Le marketing digital et le client : Décliner une stratégie en accord avec ses méthodes de consommation

- Retour sur l'adoption du commerce électronique par les consommateurs
- Initiation au comportement et attitudes des e-consommateurs : typologie
- Évolution des comportements d'achat sur Internet.
- Développement de nouveaux usages : enchères, troc, co-conception...
- Enrichir les relations avec le client et accroître sa valeur.

Élaborer une stratégie e-marketing efficace et pertinente

- Visualiser le contexte et la mission de l'activité e-commerce.
- Choisir les domaines d'activité stratégique.
- Identifier les facteurs clés de succès.
- Structure et étapes clés du plan e-commerce, définir les mesures de tracking, ROI et KPI.
- Déployer la stratégie : Offre, modèles de revenus, palier, vitesse d'exécution, évolution.

Savoir comment communiquer pour mieux vendre

- Appréhender l'importance du référencement naturel et payant (SEO & SEM).
- Le développement et la fidélisation des clients.
- Les leviers promotionnels du site marchand.
- Les liens commerciaux et partenariats.
- La publicité off-line, le display.
- Marketing viral, Buzz, web 2.0.



Marketing digital

Réf : MG-RF

Date de création : 11/10/2021

Mise à jour : 12/03/22

- La gestion de la relation client (e-CRM).
- Les nouvelles approches de segmentation.

Le digital et la distribution : développer sa stratégie

- L'approche multi-canal : priorité et complémentarité.
- Identifier les opportunités liées à la digitalisation des modes de distribution.
- Comprendre la problématique de la distribution multicanal à l'ère numérique.
- Développer une stratégie marketing cross-canal.

Prendre connaissance de l'impact du digital dans les organisations

- Place du digital dans l'organisation marketing.
- Appréhender les risques et les défis auxquels vous serez confronté.
- Panorama des facteurs clés de succès sur Internet.

Évaluation et suivi :

- L'évaluation des compétences sera réalisée tout au long de la formation par le participant lui-même (auto-évaluation) et/ou le formateur selon les modalités de la formation.
- Évaluation à chaud fin formation.
- Remise d'une attestation individuelle de formation dont seront précisés les objectifs pédagogiques, le nombre d'heures total de la formation, la validation des acquis et la date.
- Évaluation à froid, 40 jours après la formation pour valider le transfert de vos acquis en situation de travail.

Format :

- Présentiel ou à distance.

Qualification du formateur :

Formateur spécialisé en marketing digitale et le référencement.