

Le marketing digital : état des lieux, tendances et enjeux

Mieux comprendre le marketing digital et ses évolutions pour mettre en place votre stratégie sur internet

Objectifs :

Le marketing digital a 20 ans et a fait la preuve de son efficacité ! Au point d'être passé devant la télévision comme média ! Or souvent, les experts du numérique eux-mêmes ne maîtrisent pas le digital dans sa globalité !

Cette formation de 2 jours vous permettra donc d'acquérir une réelle « culture générale digitale »

Objectif ? Mieux répondre à vos clients et savoir comment fonctionne une stratégie digitale globale.

Type de formation : Intra-entreprise/Inter-entreprise - A distance/en présentiel

Public visé : Directeur/trice et Responsable communication, Marketing, Directeur.trice et Responsable Digital ou E-commerce.

Durée de la formation : 2 jours (14h)

Date : 16 & 17 mai 2022 en présentiel (Paris)

Pré-requis : Aucun

Conditions : Tarif adhérent DMA France : **1 250 € HT** par stagiaire

Tarif non-adhérent DMA France : **1 350 € HT** par stagiaire

Tarif intra-entreprise : devis

Compétences acquises :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Comprendre et appréhender l'écosystème digital dans sa globalité
- Concevoir une stratégie de marketing digital sur l'ensemble des leviers

L'accessibilité aux personnes en situation de handicap peut être garantie sous réserve que nous puissions adapter la prestation aux besoins spécifiques du stagiaire

Référent handicap : M Michel Frank, DG DIXER

Pour les personnes en situation de handicap à mobilité réduite, l'accessibilité sera garantie par le choix de locaux adaptés. Pour les autres handicaps, nous étudierons ensemble les adaptations nécessaires

Le marketing digital : état des lieux, tendances et enjeux

Mieux comprendre le marketing digital et ses évolutions pour mettre en place votre stratégie sur interne

Programme :

Jour 1 (7h)

- **Etat des lieux**
 - Rappels de base : la publicité et le marketing direct et les caractéristiques du webmarketing : interactivité, instantanéité, ciblage/tracking
 - Chiffres-clé du secteur
- **Les différents leviers du marketing digital**
 - Les leviers « publicitaires » : display, social et content marketing
 - Les leviers de « MD » : search et performance
 - La notion d'OEP : Owned, Earned, Paid
- **Les tendances de la publicité digitale**
 - Les nouveaux enjeux de la pub
 - Pourquoi le digital est devenu le 1er média
 - Les modèles économiques
- **Le rejet de la pub display : comment en est-on arrivé là ?**
 - Le marché de la pub online : organisation et fonctionnement
 - L'irruption des adblocks
 - L'indispensable évolution des formats pub : de la bannière au « native advertising » et focus sur la vidéo online
- **Du « média planning » à « l'audience planning »**
 - Rappel des bases du mediaplanning
 - Le programmation et l'audience planning
 - Les nouveaux KPI : la « visibilité », la « brand safety » et la fraude
 - Les raisons de la domination sans partage de Google et Facebook !

Jour 2 (7h)

- **Le CRM de demain : la data et comment intégrer les nouveaux « parcours client »?**
 - Les enjeux du multicanal
 - La personnalisation du « parcours client »
 - Le « drive to store » et le « click & collect »
- **La DMP, outil indispensable ou Graal des marketers ?**
 - Du « big data » à la « smart data »
 - Faut-il privilégier une DMP 1st party ou 3rd party ?
 - Le CRM onboarding
- **Les 2 leviers majeurs d'aujourd'hui et de demain**
 - Le Social média incontournable
 - ✓ Facebook : une plate-forme protéiforme et multi-services
 - ✓ L'évolution de la communication vers « l'influence marketing » et le « brand content »
 - ✓ Le « paid média » indispensable ?
 - Le « mobile »
 - ✓ Les usages en hausse
 - ✓ Du « mobile 1st » au « mobile only »
 - ✓ Les apps devant le browsing
 - La publicité sur mobile
 - ✓ Le référencement : l'ASO
 - ✓ Sms/push notifications
 - ✓ L'exemple réussi de Darty
 - Une bataille de géants autour du mobile

Atelier évaluation : QCM « connaissances acquises » : 20 questions sur les sujets évoqués et cas pratiques donnés par l'animateur

Le marketing digital : état des lieux, tendances et enjeux

Mieux comprendre le marketing digital et ses évolutions pour mettre en place votre stratégie sur interne

Contacts :

DMA Académie

68 Boulevard Saint Marcel

75005 PARIS

Jacqueline LE GUYET

Tél. : 01.55.43.06.11 - Mob. : 07.88.22.04.92

jleguyet@dma-france.org

Bulletin d'inscription – Le marketing digital : état des lieux, tendances et enjeux

A retourner par mail à jleguyet@dma-france.org

Société / organisme

Membre DMA France

Oui

Non

Date choisie pour la formation

Nom, prénom du stagiaire

Courriel de l'inscrit

Fonction / service

Signataire de la convention
(nom – prénom)

Adresse

Code Postal

Ville

