

Élaborer et piloter une stratégie digitale - Opérationnel - Mise en œuvre initiale

3 jours

Objectif:

La formation fournit aux stagiaires les fondamentaux, principes et outils, nécessaires à la compréhension, à la mise en place et au pilotage d'une stratégie de communication digitale.

Niveau requis:

Bases communication et marketing.

Public concerné:

Équipe communication et marketing, et plus généralement toute personne chargée de décider ou mettre en œuvre une politique de communication digitale, depuis le site web jusqu'aux actions de communication visant à faire aboutir la stratégie.

Moyens pédagogiques:

Un ordinateur par personne - Vidéo projecteur - Connexion Internet.

► Introduction

Chiffres, terminologie
Cadre 2014

► Les 4 écrans, usages et comportements

► Les objectifs du digital dans la stratégie de communication globale

► Forces et faiblesses de chacun des leviers:

Le site web,
SEO,
SEM,
Epub,
Emailmarketing,
Médias sociaux,
Mobile marketing

► Élaboration de la mécanique de communication:

Choix tactiques,
Phasing
Médiaplanning et budget,
Tracking,

► Ecosystème digital:

Panorama des acteurs,
Choix des prestataires et supports

► Le native advertising et la stratégie de contenu:

Quel message pour quel média,
Comment optimiser le workflow et la diffusion des messages.

► Piloter avec quels outils:

lecture analytique,
Marquage,
Tests et généralisation

► Exercices et best practices

Regard sur les médias de demain