

LE CERTIFICAT DE MODULE

## Marketing Digital & Réseaux Sociaux | Base à intermédiaire

EST DÉLIVRÉ À

**Sami Kherbache**

DURÉE ET DATES

84 heures | du 07/09/20 au 29/09/20

Toutes les conditions de certification exigées ont été remplies et la formation s'est achevée avec succès.

GENÈVE, LE 29 SEPTEMBRE 2020

CÉDRIC MILLIOUD | DIRECTEUR



#### DURÉE

Durée totale : 84 heures effectives

#### OBJECTIFS DE FORMATION

Être capable de :

- Élaborer une stratégie de marketing digital mesurable et efficace
- Sélectionner et utiliser les différents médias et moyens de communication en ligne
- Appliquer les règles de la rédaction web pour attirer, retenir et inciter à l'action les internautes
- Optimiser et rentabiliser ses investissements de communication digitale
- Établir une stratégie de dialogue adaptée aux réseaux sociaux et aux attentes des audiences cibles

#### CONTENU

**Marketing digital** - Définir ses audiences avec les Personas afin d'établir une relation avec ses clients ou prospects

**Communication digitale** - Accroître sa visibilité pour développer sa notoriété et ses objectifs commerciaux par des actions ciblées

**Rédaction web** - Travailler sa stratégie de contenus et rédiger pour attirer l'attention et convaincre les utilisateurs

**Marketing de contenu** - Placer le consommateur au centre de ses contenus et augmenter la crédibilité de son entreprise

**Inbound marketing** - Profiter des différents canaux de communication pour intéresser ses prospects et les transformer en clients

**Réseaux sociaux** – Connaître les spécificités de chaque réseau et réaliser la stratégie sociale de son entreprise

**Social Ads** - Gérer des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux pour toucher et engager ses communautés

**SEO** - Optimiser la rédaction des textes d'un site pour en favoriser le référencement naturel

**SEA** - Construire une campagne de référencement payant (search et display) avec l'outil Google Ads

**Google Analytics** - Evaluer la portée de ses activités en ligne et analyser le comportement des consommateurs avec l'outil Google Analytics

**E-mailing** - Créer des campagnes d'e-mailing ciblées et performantes

**E-commerce** - Faire connaître son e-shop et mettre en place une stratégie de vente en ligne

**Objectifs web** - Définir des objectifs quantitatifs (conversions) et qualitatifs (notoriété, image)

**Cas pratique** - projet de groupe ayant pour objectif d'analyser la problématique d'une entreprise, de définir une stratégie digitale et de la présenter