

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE MARKETING DIGITAL

Outils et méthodes

NIVEAU : PERFECTIONNEMENT - ♥ Coups de coeur * Nouveauté
DURÉE : 2 jours - 14 H

Comment vendre efficacement ou améliorer son image de marque sur Internet ? Deux jours pour acquérir les méthodologies et outils concrets pour optimiser ses bases de données, puis les utiliser efficacement dans sa relation client en ligne.

SESSIONS : Du 12/12/2019 au 13/12/2019

TARIF ENTREPRISE : 800 € HT — TARIF PARTICULIER : 600 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

OBJECTIFS

- Être capable de cibler et fidéliser ses audiences pour coller à leurs attentes
- Prospecter et recruter de nouveaux clients potentiels
- Personnaliser sa relation à chaque type de cible
- Automatiser la personnalisation de son contenu éditorial en fonction du canal de communication
- Optimiser ses pratiques pour accroître sa notoriété et image de marque

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Méthodologie par l'exemple, avec de nombreux cas pratiques
- Échanges sur les problématiques des participants
- Remise d'un guide des bonnes pratiques et d'une liste de ressources

FORMATEUR

Un directeur des ventes et du marketing digital, expert des problématiques du secteur du livre et de la culture

PUBLICS

- Gérants et responsables de maison d'édition ou de librairie
- Responsables commerciaux / marketing / communication
- Toute personne amenée à mettre en œuvre une stratégie de marketing digitale pour sa structure

PRE-REQUIS

- Une connaissance des marchés de l'édition
- Une pratique de base de la communication et/ou du marketing digital

PROGRAMME

I. Interne : Manager sa relation client (CRM)

- Développer, maintenir et segmenter sa base de données
- Mettre en place des scénarii de segmentation (automation)

- Créer des gabarits simples et efficaces pour gagner en rapidité
- Adapter la rédaction des e-mailings à leur type
- Créer les visuels en fonction d'une charte définie pour chaque type d'e-mailing
- Optimiser l'interfaçage de ses bases avec la vente à distance

II. Externe : Développer sa publicité ciblée sur les social Ads (Google, Facebook)

- Raccorder ses bases e-mailing aux plateformes via les social Ads
- Créer et gérer des audiences au quotidien : création de segments publicitaires de ses bases pour toucher de nouvelles audiences similaires sur les plateformes de social Ads
- Adapter la création de ses campagnes de publicité à des objectifs clairement définis
- Concevoir des visuels optimisés aux contraintes des plateformes
- Interfacer les réseaux sociaux avec la vente à distance
- Nourrir les audiences et optimiser le retour sur investissement : gestion et mise à jour des pixels de conversion

MOYENS TECHNIQUES

- Salle équipée d'un vidéoprojecteur - Internet haut débit
- Nb : il est préférable d'amener son propre ordinateur portable. Fourniture d'un ordinateur sur demande au coût additionnel de 20€ HT/j

SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

Remise d'un guide des bonnes pratiques et d'une liste de ressources

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation par relevé d'acquis de compétences