

INITIATE



ESSENTIALS DIGITAL MARKETING

Formation de base pour les professionnels qui souhaitent se familiariser avec les principes de base du marketing et de la communication digitale. Ce programme donne un aperçu complet des éléments essentiels du marketing digital. A côté des concepts et des exemples pratiques, des moments d'interaction sont prévus pour permettre aux participants de discuter de leur propre situation.



LES PARTICIPANTS REÇOIVENT LE LIVRE 'MARKETING DIGITAL, 12 CAS DE STRATÉGIES D'ENTREPRISES DANS L'UNIVERS DU DIGITAL' DE L'AUTEUR 'JEAN-LOUIS MARTINEZ'.



Participants

Cette formation s'adresse aux professionnels de tous secteurs. Les exemples présentés sont issus d'un large éventail d'entreprises et d'organisations de différents secteurs.

- Vous désirez acquérir une base solide comme cadre de référence pour vos connaissances en marketing digital
- Vous avez une fonction marketing et vous souhaitez évoluer vers le marketing digital pour être en phase avec les évolutions actuelles et futures
- Vous désirez recevoir en très peu de temps un cadre complet du marketing et de la communication digitale
- Vous désirez profiter de l'expérience professionnelle d'experts pour vous guider dans vos challenges quotidiens

Que vous apporte cette formation ?

- Les concepts essentiels du marketing et de la communication digitale
- Les outils les plus importants en marketing et communication digitale
- Comment intégrer ces concepts et ces outils dans votre gestion marketing
- De nouvelles et intéressantes opportunités pour votre business

Programme

SESSION 1 : LE PLAN MARKETING DIGITAL

1

- Concepts et principes de base du marketing et de la communication digitale expliquée par des exemples
- Le plan marketing digital : élaboration
- Le plan marketing digital : une évolution dynamique - Tests, mesures, corrections.

Formateur: Vincent Nanni

SESSION 2 : UNE MEILLEURE CONNAISSANCE DES CONSOMMATEURS

2

- Les consommateurs dans le monde digital: qui sont-ils et quels sont leurs comportements ?
- Les outils du monde digital pour mieux connaître les consommateurs.
- Les outils digitaux versus les outils offline: avantages et inconvénients.

Formateur: Cédric Cauderlier

SESSION 3 : SOLOMOCO : SOCIAL, LOCAL, MOBILE & COMMERCE

3

- Pourquoi le 'Social', le 'Local', le 'Mobile' et le 'Commerce' sont-ils les piliers de base du marketing et de la communication digitale ?
- Outils et exemples pour implémenter ces piliers.
- Intégration du Social, Local, Mobile et Commerce: capitaliser vos activités en conversions concrètes et en chiffre d'affaire effectif.

Formateur: Benoît Maurissen

SESSION 4 : LE PAYSAGE MEDIA DIGITAL

4

- État des lieux des médias digitaux : quels médias, valeur de marché, ...
- SEO : technique, Content Marketing, stratégie de contenu en B2B (case)
- SEA : Adwords, BING, Display, Google Shopping, complémentarité BING – Adwords (case)
- SOCIAL : Facebook ads, Twitter
- Mix idéal B2C
- Mix idéal B2B
- Les médias « classiques » et le web : Print to web (case), Radio to web (case), TV to web (case)

Formateur: Vincent Nanni

SESSION 5 : DU BESOIN À L'ACHAT

5

- Maturité digitale : processus de développement en marketing digital
- Evolution digitale et changement du comportement d'achat
- Customer journey : de la prise de conscience à l'achat
- Customer journey mapping : exercice pratique

Formateur: David Hachez

- **5 soirées**
- **18h - 21h30**
- **@ BAM** (Roularta Conference Center) Zellik
- 975 € (excl. 21% TVA)
- 685 € (excl. 21% TVA) pour les membres BAM (STIMA, IAB en BDMA)

Coordinateur du programme

- **Vincent Nanni**, Co-Founder & Managing Director Get MORE

Formateurs

- **Vincent Nanni**, Co-Founder & Managing Director Get MORE
- **Cédric Cauderlier**, Digital Strategy Consultant Mountainview
- **David Hachez**, Business Consultant The After
- **Benoît Maurissen**, Digital Solutions Manager - iProspect

Inscriptions **WWW.MARKETING.BE**