

Stratégie digitale et e-commerce

Mardi 16, mercredi 17 & mardi 23 mai 2023

Mardi 7, mercredi 8 & vendredi 17 novembre 2023

Savoir communiquer et vendre en digital.

Objectifs

- Maîtriser les principaux outils pour mettre en œuvre une stratégie de marketing digitale et de vente online
- Savoir actionner les principaux leviers digitaux
- Connaître les indicateurs clés pour mesurer l'efficacité et optimiser sa stratégie digitale

Avec Sandra Mascio, consultante en stratégie marketing digital

Programme

Introduction sur le marketing digital et ses champs d'actions (en lien avec la journée « Les Clés de la Stratégie Marketing Digitale)

- Se remémorer les points clés de sa stratégie marketing digitale pour actionner les bons leviers en digital

Parcours client et expérience utilisateur

- Comment optimiser l'expérience utilisateur online ?
- Guidelines pour améliorer son taux de conversion en ligne

Stratégie de référencement sur les moteurs de recherche

- Comment améliorer son référencement naturel sur les moteurs de recherche ?
- Comment optimiser ses campagnes Adwords ?
- Les différents formats de publicité online

Stratégie social média

- Spécificités, ciblage, fonctionnement et méthodologie des différents réseaux sociaux
- Construction d'une stratégie de content marketing via des contenus percutants
- Savoir engager des communautés via des campagnes sponsorisées (social ads)

L'emailing

- Comment construire une base de données clients ?
- Comment augmenter son taux d'ouverture et son taux de clics ?
- RGPD : comment être en conformité avec les nouvelles règles relatives à la protection des données ?

Pilotage et suivi des indicateurs de performance

- Choix des KPI et suivi des performances
- Analyse des résultats et calcul des performances : ROI
- Optimisation des actions

Workshop et Étude de cas

Une 3ème journée de formation permet de mettre en pratique toutes les notions vues précédemment :

- Construire sa stratégie social média et déployer des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux
- Repenser son site e-commerce pour une meilleure ergonomie et expérience utilisateur
- Créer des contenus sémantiques et établir sa stratégie de référencement
- Construire sa stratégie d'emailing transactionnel

Professionnels concernés

Directeurs et responsables marketing, e-commerce, digital, communication, retail, produit.

Méthode pédagogique

La formation alternera apports théoriques et synthèse des meilleures pratiques ainsi que des workshops.

Modalités de validation des acquis

Fiche d'évaluation à l'issue de la formation.

Lieu : Institut Français de la Mode - 34 quai d'Austerlitz 75013 Paris

Durée : 3 jours / 9h30 - 18h00 (21 heures)

Coût : 3 190 € HT / 3 828 € TTC

Pour financer votre formation, vous pouvez faire appel au plan de financement de l'entreprise, aux OPCO ou à un financement personnel.