

Pour qui ?

Tout public.

Prérequis

Aucun prérequis.

Objectifs

Apprendre les bases du marketing digital.
Apprendre le champ lexical du marketing digital.
Savoir différencier les stratégies d'inbound et d'outbound marketing.
Savoir créer une audience adaptée à son entreprise/ produit.
Savoir faire une étude concurrentielle.

Illustrator

TP 2051
Logo
.PDF

Photoshop
.PSD

Affiche

PLV

Design
Packaging
Communication
Code CPF : 16240
INDU

Mise en page

.INDD

Flyer
.AI

Plaquette

Introduction

- Définition Marketing digital
- Définition Marketing traditionnel
- Avantages du marketing digital

Lexique

- Apprendre le vocabulaire utilisé en marketing digital.

Stratégie marketing

- Apprendre l'outbound marketing et l'inbound marketing.
- Comprendre leur intérêt et leur impact pour une entreprise.

Search Engine Marketing (SEM)

- Apprendre l'intérêt du Search Engine Advertising. (SEA)
- Apprendre l'intérêt du Search Engine Optimization. (SEO)
- Apprendre l'intérêt du Social Media Optimization. (SMO)

Audience

- Savoir différencier les différents types d'utilisateurs (lead, prospect etc.)
- Savoir établir un buyer persona.
- Créer une audience adaptée à votre entreprise à l'aide d'un exercice.

Landing page & UX

- Apprendre l'intérêt d'une landing page.
- Comprendre le principe du parcours utilisateur à l'aide d'un exercice.

Mobile

- Apprendre l'intérêt du responsive design.
- Apprendre le principe du « Mobile first ».

Etude concurrentielle

- Définition d'un SWOT.
- Mise en place d'une étude concurrentielle à l'aide d'un exercice. (SWOT)