

Formation semestre 2- Les fondamentaux du marketing digital

Toulouse

Dates et durée de la formation

Durée : 2 jours

Date(s) :

24 novembre, 25 novembre, 26 novembre 2020 (Nombre total d'heures de formation : 21)

Public cible

Directeurs et responsables marketing ou e-commerce, responsables commerciaux, responsables et chargés de communication, chefs de produits

Tarif de la formation :

675 € net de taxes pour les salariés de droit public. Tarif susceptible d'être minoré en fonction du nombre de participants.

0 € pour les salariés de droit privé. Formation faisant l'objet d'un financement spécifique de la branche. Son coût n'impacte pas l'enveloppe structure.

Objectifs

Comprendre les fondamentaux du marketing digital est incontournable pour toute structure de tourisme afin d'aller au delà du site web et des réseaux sociaux pour appréhender les enjeux d'une stratégie digitale intégrée, comprendre le vocabulaire, les méthodes et techniques et, au final, savoir établir sa feuille de route digitale.

Objectifs pédagogiques :

Comprendre les évolutions du marketing digital

Mesurer les enjeux stratégiques liés au monde digital

Identifier les principaux concepts et terminologies liés au marketing digital

Connaître les principaux outils utilisés pour mettre en œuvre une stratégie digitale

Générer du trafic vers son site Web

Connaître les indicateurs clés pour piloter sa stratégie digitale

Pré-requis

Bonne maîtrise de l'outil informatique

Connaissance du web

Connaissance des réseaux sociaux (utilisation personnelle d'un réseau)

Intervenants

Aurélie Coste, Comanaging.

Une formatrice qui travaille quotidiennement dans le domaine du marketing digital, site web et réseaux sociaux et pourra ainsi apporter aux stagiaires toutes les bonnes pratiques, les méthodes et outils de manière très professionnelle et actualisée. Par ailleurs une très grosse expérience dans le domaine de la formation tant en interne qu'en intra entreprises pour des publics très divers publics et privés.

Tarif de la formation :

675 € net de taxes pour les salariés de droit public. Tarif susceptible d'être minoré en fonction du nombre de participants.

0 € pour les salariés de droit privé. Formation faisant l'objet d'un financement spécifique de la branche. Son coût n'impacte pas l'enveloppe structure.

Salariés de droit privé des organismes du tourisme, n'oubliez pas de faire aussi votre inscription auprès de l'AFDAS !

Contenu de la formation

Partie N°1 – La stratégie marketing digitale

L'écosystème digital / L'évolution des pratiques / Les chiffres clés/ La méthode POEM / L'omnicanal / Le marketing mobile / Le vocabulaire à adopter / Les étapes de la stratégie

Partie N°2 : La ligne éditoriale

Définitions / Les grands principes / Les éléments de langages et thématiques / Les hashtags / La définition de la forme (quelle photo / quelle video) / L'organisation en interne / La planification / L'outil CANVA

Partie N°3 : Sensibilisation aux réseaux sociaux

Les réseaux sociaux selon les activités de l'entreprise / Les principes clés de Facebook / Les principes clés d'Instagram / Les principes clés de LinkedIn / Les autres réseaux : Pinterest, Twitter, Snapchat, Tiktok

La publicité sur les réseaux sociaux

Partie N°4 : Le référencement naturel

Le content marketing / Le choix des mots clés / Les balises clés dans un contenu

Partie N°5 : Les autres outils

Le fonctionnement de Google Ads / Le display / La newsletter et le sms

Partie N°6 : Google Analytics et indicateurs clés

L'utilisation de Google Analytics / L'analyse du SEO / La feuille de route digitale

- **Nombre de personnes** : 15
- **Code action** : 24001