



Objectifs



marketing et le trigger marketing.

Le principe de ces séances de formation est que le stagiaire puisse définir et initier une campagne d'acquisition client et démarrer en autonomie une campagne. L'objectif est également de permettre au stagiaire de comprendre tous les tenants et aboutissants pour lui permettre de gérer et de coordonner des prestations d'externalisation de manière efficace.

Cette formation comprend une partie technique et de conception graphique. L'objectif n'est pas de former le stagiaire pour devenir, en quelques heures, infographiste ou UX designer (concepteur d'interface et d'expérience utilisateur) mais de lui permettre de réaliser un travail minimum et correct avec bien entendu l'aide et l'expérience du formateur dans ces domaines.

Cette formation est destinée aux entreprises qui désirent utiliser internet pour se développer et faire leur transition numérique pour une de leur activité, et faire de l'acquisition de clients et de prospects.

A l'issue de la formation, le stagiaire aura une connaissance dans les détails des différentes opportunités d'internet, en particulier sur les opportunités du e-marketing.

Le participant mettra ses connaissances à jour sur les usages permis par les technologies d'internet et aura une présentation sur les tendances actuelles des réalisations. L'objectif est d'actualiser les connaissances sur les outils de communication.

Le participant sera introduit aux notions de transition numérique par le marketing digital pratique d'une de ses approches que sont l'email

A l'issue de la formation le participant sera capable :

- Connaître les fondamentaux du marketing et de l'acquisition client.
- Connaître les principes de la segmentation et de la qualification client.
- Connaître les principes d'une étude de marché.
- Apprendre à constituer une base de prospection.
- Connaître les principes de base de l'emailing.
- Apprendre faire une étude de marché simple.
- Apprendre à lancer une campagne d'acquisition client par emailing.
- Utiliser un outil d'emailing de masse : « Mailchimp » ou « Campaign monitor ».

Cette formation s'inscrit au sein d'un ensemble de formations qui couvrent la transition numérique, le marketing digital et le business développement.

Déroulement pédagogique

Séance 1 : Introduction au marketing digital. 3,5 heures.

- Principes et définition.
- Introductions aux différents outils.
- Les différentes composantes de la stratégie digitale : inbound marketing, curations de contenus, growth hacking, marketing technologique, funnel marketing, e-commerce, web-to-store, marketplaces, social selling, IOT.

Atelier : Introduction à la définition d'une stratégie digitale. Durée 3,5 heures

- Présentation des outils Audit, SWOT, SMART, POEM, Persona.
- Rédiger les éléments constitutifs de la stratégie digitale.

Séance 2 : Email Marketing et trigger marketing. Durée 3,5 heures.

- Introduction à l'email marketing et au trigger marketing.
- Principes de constitution d'une A-Liste.
- Les différents scénarios.
- Méthodologie et conseils.
- Les outils.

Atelier : Étude de marché, segmentation ciblée et qualification. Durée 3,5 heures.

- Principes et présentation.
- Exercice pratique d'étude de marché.
- Préparer le fichier étude sur Excel et nettoyer les données.

Séance 3 : La campagne d'email marketing. Durée 3,5 heures.

- Les outils Analytiques, d'envoi d'email de masse.
- Préparer les données. Traitements des données sur Excel.
- Comprendre les problèmes de spam et les résoudre.

Atelier : Paramétrer la campagne sur l'outil 2 X 3,5 heures

- Paramétrer l'outils avec les données fournies.
- Préparer le contenu graphique et l'offre email.
- UX design.
- Landing page.
- Composition graphique.

Séance 4 : Effectuer le suivi une campagne d'email marketing. Durée 3,5 heures

- Les différents éléments analytiques du suivi de la campagne
- Comprendre et planifier actions d'automatisation du suivi client

Public et pré-requis

Cette formation est ouverte à tout public, cadre, agent de maitrise, chef de projet, gérant. La formation sur la transition numérique et son module « Bien démarrer le business développement par le digital » est conseillée mais non obligatoire.

Modalité de contrôle des connaissances

Les connaissances seront évaluées à l'issue de cette formation par des questionnaires portant sur les éléments des cours ainsi que de leurs applications lors des ateliers pratiques.

Sanction du stage

A l'issue du stage il est remis au stagiaire une attestation de participation au stage précisant le nom de la formation ainsi que le niveau.

Durée

Nombre d'heures par stagiaire : 28 heures.

Coût

Tarif par personne : 1800 € HT exonéré de TVA

Financement partiel ou intégral possible par une prise en charge par votre OPCA dans le cadre de la formation professionnelle continue.