

Maîtriser les clés du marketing digital tutorat inclus

Parcours de 2 jours
Prix 2024/25 : 1 490 €

La digitalisation de l'économie est une réalité incontournable, avec des conséquences sur le marketing des produits et des services. Accompagné par un formateur expert, ce parcours en ligne vous permettra de mieux comprendre les nouveaux comportements des consommateurs et d'étudier comment votre entreprise peut s'y adapter.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Mieux comprendre le contexte et les enjeux de la digitalisation

Identifier les impacts et les apports du digital sur les différentes composantes du marketing mix

Définir son marketing mix à l'ère du digital

Réinventer son entreprise en saisissant les opportunités offertes par la révolution digitale

PÉDAGOGIE ET PRATIQUES

Une évaluation tout au long de la formation grâce à une pédagogie active mixant pratique, théorie, gamification et partages. Un chef de projet coordonne les échanges et un service technique est dédié au support de l'apprenant. La formation est diffusée au format SCORM et accessible en illimité pendant 1 an.

ACTIVITÉS DIGITALES

Un questionnaire en début de parcours permet d'échanger sur ses besoins avec le formateur et de faire connaissance avec lui. L'apprenant poursuit sa formation grâce à des activités de type cours interactifs, exercices corrigés, quiz, serious game, fiches de synthèse, vidéos d'experts, activités sociales. Une classe à distance sur mesure, des échanges et un test final d'évaluation renforcent l'apprentissage.

PARTICIPANTS

Tout public.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis particulier.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui ont conçu la formation et qui accompagnent les apprenants dans le cadre d'un tutorat sont des spécialistes des sujets traités. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

La progression de l'apprenant est évaluée tout au long de sa formation au moyen de QCM, d'exercices pratiques, de tests ou d'échanges pédagogiques. Sa satisfaction est aussi évaluée à l'issue de sa formation grâce à un questionnaire.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices, études de cas ou présentation de cas réels. FORMEA fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques. Une attestation de fin de formation est fournie si l'apprenant a bien suivi la totalité de la formation.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation. La formation est accessible dans les deux mois après inscription du candidat.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez M Galdemar : contact@formeaformation.com

LE PROGRAMME

1) Comprendre ses clients digitaux

- Mieux comprendre son parcours de formation.
- Se positionner et s'orienter avant de débiter sa formation.
- Comprendre comment les clients s'informent à l'ère du digital.
- Déterminer l'influence d'Internet sur les comportements d'achat.
- Identifier comment les clients s'impliquent et échangent en ligne.

Activités pratiques et digitales : Test de positionnement et d'orientation débriefé par le formateur, vidéo, sondage, exercice "Analyser les comportements digitaux de ses clients".

2) Aborder le tournant digital

- Profiter de la révolution numérique pour réinventer son entreprise.
- Repérer les possibilités d'optimisation digitale de son entreprise.
- Anticiper les dangers potentiels de la digitalisation.

Activités pratiques et digitales : Questions, vidéo, exercice "Faire son SWOT digital".

3) Enrichir son offre produit grâce au digital

- Identifier et intégrer des fonctionnalités numériques capables d'améliorer son produit.
- Créer toute une expérience numérique autour de son produit.

Activités pratiques et digitales : Quiz, vidéo.

4) Concevoir sa stratégie de communication digitale

- Définir la portée de ses efforts de communication.
- Caler le ton de ses communications digitales.
- Déterminer dans quels cas miser sur une campagne de marketing viral.

Activités pratiques et digitales : Question, vidéo, exercice "Écrire sa copy strategy digitale".

5) Structurer sa distribution omnicanale

- Identifier les enjeux de la distribution multicanal.
- Connaître la distribution transcanal, ses avantages et ses risques.
- Comprendre le système de distribution idéal, basé sur la distribution omnicanale.
- Échanger en classe virtuelle avec son tuteur.

Activités pratiques et digitales : Vidéo, exercice "Optimiser le parcours de ses clients".

6) Revoir sa politique de prix à l'ère du digital

- Casser la chaîne de valeur grâce au digital pour pouvoir baisser les prix.
- Utiliser le concept de longue traîne pour différencier les taux de marge de vos produits.
- Recréer une stratégie de type "rasoir et lames de rasoir" dans un contexte digital.
- Harmoniser ou non les tarifs entre les canaux physiques et en ligne.
- Compléter sa formation avec les suggestions de son tuteur et des outils.

Activités pratiques et digitales : Questions, vidéo, exercice pratique.