

LE CERTIFICAT DE MODULE

Marketing Digital & Réseaux Sociaux

EST DÉLIVRÉ À

Mariela Josefina CAO

DURÉE ET DATES

84 heures | du 25/04/2023 au 25/05/2023

Toutes les conditions de certification exigées ont été remplies et la formation s'est achevée avec succès.

GENÈVE, LE 25 MAI 2023

CÉDRIC MILLIOUD | DIRECTEUR



DURÉE

Durée totale : 84 heures effectives

OBJECTIFS DE FORMATION

Être capable de :

- Élaborer une stratégie de marketing digital mesurable et efficace
- Sélectionner et utiliser les différents médias et moyens de communication en ligne
- Appliquer les règles de la rédaction web pour attirer, retenir et inciter à l'action les internautes
- Optimiser et rentabiliser ses investissements de communication digitale
- Établir une stratégie de dialogue adaptée aux réseaux sociaux et aux attentes des audiences cibles

CONTENU

- Marketing digital – Définir ses audiences avec les Personas afin d'établir une relation avec ses clients ou prospects
 - Communication Web – Accroître sa visibilité pour développer sa notoriété et ses objectifs commerciaux par des actions ciblées
 - Réseaux sociaux – Profils & Stratégie – Connaître les spécificités de chaque réseau et réaliser la stratégie sociale de son entreprise
 - Stratégie éditoriale – Travailler sa stratégie de contenus et rédiger pour attirer l'attention et convaincre les utilisateurs
 - Content Marketing – Placer le consommateur au centre de ses contenus et augmenter la crédibilité de son entreprise
 - SEA / Google Ads – Construire une campagne de référencement payant (SEA) avec l'outil Google Ads (search et display)
 - Rédaction SEO – Optimiser les textes d'un site pour en favoriser le référencement naturel
 - Réseaux sociaux – Publication & Publicité – Gérer des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux pour toucher et engager ses communautés (Social Ads)
 - E-mailing – Créer des campagnes d'e-mailing ciblées et performantes
 - Référencement SEO – Optimiser son site pour les moteurs de recherche
 - Google Analytics – Évaluer la portée de ses activités en ligne et analyser le comportement des consommateurs avec l'outil Google Analytics
 - E-commerce – Faire connaître son e-shop et mettre en place une stratégie de vente en ligne
 - Inbound marketing – Profiter des différents canaux de communication pour intéresser ses prospects et les transformer en clients
 - Objectifs web – Définir des objectifs quantitatifs (conversions) et qualitatifs (notoriété, image)
 - Atelier certifiant – Réaliser un projet de groupe ayant pour objectif d'analyser la problématique d'une entreprise, de définir une stratégie digitale et de la présenter
-