

Digital Marketing Strategy

Description

Le Marketing Digital est devenue un sujet de plus en plus central dans la recherche en stratégie. Notre mission est de faire aimer votre entreprise et de l'imposer dans son espace concurrentiel. Pour cela, nous mettons en œuvre votre programme d'information, d'animation et d'actualité de contenu au-delà de la dimension commerciale.

Prix de l'inscription en Présentiel (CHF)

1400

Prix de l'inscription en Virtuel (CHF)

1300

Contenu du cours

Module 1 : Le management stratégique

- Leçon 1 : Techniques clés, cadres et concepts
- Leçon 2 : Sources d'avantages compétitifs
- Leçon 3 : But stratégique des organisations
- Leçon 4 : La stratégie corporate comme source de coopération et d'expansion internationale

Module 2 : Les challenges du management "Digital"

- Leçon 1 : Environnement international et management interculturel
- Leçon 2 : Management Corporate et analyse des écosystèmes d'entreprise
- Leçon 3 : Conduite du changement

Module 3 : Marketing Digital et CRM

- Leçon 1 : Mise en relation des fondements du marketing et du digital : points communs et différences
- Leçon 2 : Du marketing au E-marketing : comparaison et modèles de développement
- Leçon 3 : Analyse du marché : étude qualitative et quantitative, segmentation et ciblage
- Leçon 4 : Solutions de "E-CRM", Ciblage, profilage et lead avec Internet
- Leçon 5 : Stratégie et positionnement différentiel
- Leçon 6 : Intégration d'un plan marketing digital
- Leçon 7 : Management du E-marketing mix et lancement de campagne
- Leçon 8 : Ressources humaines et gestion des fournisseurs

Module 4 : E-Business et commerce en ligne

- Leçon 1 : Etude des principaux modèles de e-business (B2C, B2B, Pure players, multi-channel models, Me-Commerce)
- Leçon 2 : Solutions techniques de e-commerce : plateformes et modularité
- Leçon 3 : Gestion de projet E-business
- Leçon 4 : Management de la logistique et de la chaîne d'approvisionnement
- Leçon 5 : Choix et implémentation de solutions de paiement en ligne (e-banking)
- Leçon 6 : Lead et optimisation du tunnel d'achat : stratégie de recrutement et de vente en ligne

Module 5 : Technologies Web et Gestion des systèmes d'information

- Leçon 1 : Management des architectures et des langages de programmation pour le web

- Leçon 2 : Analyse des solutions techniques pour les projets de développement sur Internet : historique et mutations
- Leçon 3 : Gestion de la sécurité sur internet
- Leçon 4 : Management des systèmes d'information en connection avec le web : E.R.P, Data warehouse et modularité technique

Module 6 : Outils et méthodes de performance en Web Management

- Leçon 1 : Déploiement de la visibilité sur Internet : SEO & SEM
- Leçon 2 : Management des contenus pour le web (sourcing, production et intégration)
- Leçon 3 : E-publicité et affiliation : outils, stratégies et media planning online
- Leçon 4 : Web ergonomie et web design : optimisation de sites Internet
- Leçon 5 : Web analytique : analyse de performance avec les statistiques de trafic

Module 7 : Management des réseaux sociaux

- Leçon 1 : Syndication et curation
- Leçon 2 : Types de réseaux sociaux et stratégies de SMO (social media optimization)
- Leçon 3 : Gestion de sites éditoriaux et de blogs
- Leçon 4 : Méthodes de marketing viral et de buzz marketing
- Leçon 5 : Techniques avancées de management de communautés en ligne

Module 8 : Mobilité et innovation

- Leçon 1 : Gestion des solutions de web mobile : technologies, modèles et contenus
- Leçon 2 : Management de l'innovation avec Internet
- Leçon 3 : Cross-Media et implémentation transversale du web (supports hors ligne)
- Leçon 4 : Ecosystèmes dans la mobilité : études de modèles industriels et de collaboration en ligne
- Leçon 5 : Veille Technologique en mobilité : optimisation de la valeur des technologies mobiles

Module 9 : Strategie digitale globale

- Leçon 1 : Développer un avantage stratégique compétitif par rapport à la concurrence
- Leçon 2 : Construire un plan digital stratégique
- Leçon 3 : Développement de nouveaux produits et services
- Leçon 4 : Construire la puissance de la marque
- Leçon 5 : Intelligence digitale : transformer les informations en connaissances et profits

Module 10 : Strategie internet

- Leçon 1 : Stratégie Internet et étude des meilleurs modèles de e-business
- Leçon 2 : Développement de nouveaux produits et services en ligne
- Leçon 3 : Gestion de marque sur Internet
- Leçon 4 : Stratégies de compétitivité sur les marchés digitaux
- Leçon 5 : E-business intelligence et web data mining : automatisation de la chaîne de diffusion et des leviers de profits commerciaux

Documentation

- Support de cours numérique inclus

Profils des participants

- Professionnels du marketing
- Professionnels de la communication
- Gérants d'entreprise
- Web masters
- Community managers
- Chefs de projets web
- Indépendants
- Porteurs de projets
- Startups
- Professionnels en reconversion

Connaissances Préalables

- Pas de prérequis

Objectifs

- Comprendre les composantes des stratégies digitales dans un contexte international
- Être performants en matière de Stratégie Digitale et de gestion de projet

Niveau

Fondamental

Durée (Nombre de Jours)

2

Reference

DM-ST