



Search

Stratégie
digitale

Social

inbound

programmatique

Display

Mobile

Data

Kpi's

CATALOGUE FORMATION MARKETING DIGITAL 2020

Janvier 2020 - Digital Makers tous droits réservés

Organisme de formation spécialisé dans le marketing et la communication digitale.

Digital Makers accompagne vos collaborateurs et votre entreprise dans la compréhension des écosystèmes digitaux et de leurs pratiques.

Digital Makers s'appuie sur une forte expertise dans l'achat d'espaces publicitaires sur le digital à travers son fondateur et les experts métiers.



7 DOMAINES DE FORMATION DANS LE MARKETING DIGITAL ET LA COMMUNICATION



SOMMAIRE DES MODULES DE FORMATION

Les Fondamentaux du Marketing Digital	4
Comprendre la Mesure de l'efficacité sur le Digital.....	5
Savoir définir ses KPIs & principaux indicateurs sur le Digital	6
Définir sa stratégie Data Marketing	7
Concevoir sa stratégie Content Marketing	8
Initiation au Search Marketing	9
Définir sa stratégie Social Marketing	10
Lancer sa stratégie d'Inbound Marketing	11
Concevoir un Plan Display Branding	12
La Programmatique de A à Z	13
Concevoir un Plan Display Performance	14
Piloter sa Mobile Marketing	15
Concevoir sa Stratégie Digitale	16



Formation

43%

18%

98%

56%

15%

35%

70%

33%

BUSINESS

CUSTOMER

PAYMENT

MANAGEMENT

ANALYST

MANAGEMENT

MONEY

ENTERPRISE

COLLABORATION

PARTNER

OFFICE

SERVICE

DATA

MARKETING

INNOVATION

FORMATION

Objectifs

COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL

- Comprendre l'Écosystème Digital et les 7 disciplines majeures du Marketing Digital.
- Culture générale sur la Communication et le Marketing Digital

Directions marketing, commerciales, études (chefs de produits, chefs de projets...).

Programme

1. L'Écosystème Digital
2. Les 7 principales disciplines à la loupe
 - a. Data Marketing
 - b. Content Marketing
 - c. Search Marketing
 - d. Display Marketing
 - e. Performance marketing
 - f. Social Marketing
 - g. Mobile Marketing

Organisation

- Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 000€/personne





Formation

COMPRENDRE LA MESURE DE L'EFFICACITÉ SUR LE DIGITAL



Objectifs

- Comprendre les différents systèmes de mesure sur le Digital
- Avoir une meilleure appréhension de l'univers de la mesure dans le Digital



Public

- Directions marketing, commerciales, études (chefs de produits, chefs de projets...).



Programme

1. Les conventions du marché
 - a. Les principaux indicateurs de la mesure sur le Digital
2. Les différents systèmes de mesure sur le Digital
 - b. La mesure de la visibilité, le Brand Safety et l'Adverification.
 - c. La mesure des impressions sur cibles, une révolution interne.
 - d. Les Tag Containers,
3. Les technologies FullStack : panorama du marché



Organisation

- Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne





Formation

SAVOIR DÉFINIR SES KPIS ET PRINCIPAUX INDICATEURS SUR LE DIGITAL



Objectifs

- Appréhender les objectifs sur le Digital
- Comprendre les définitions des principaux indicateurs sur le Digital.
- Organiser ses objectifs et ses indicateurs de performances.
- Directions marketing, commerciales, études (chefs de produits, chefs de projets...).

Public

Programme

1. Les grandes familles d'objectifs sur le Digital
2. Les indicateurs de visibilité et de notoriété
3. Les indicateurs d'engagements
4. Les indicateurs de conversion
5. Les indicateurs financiers
6. Organiser ses objectifs sur le Digital
7. Structurer ses indicateurs pour piloter un dispositif digital



Organisation

- Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne





Formation DEFINIR SA STRATÉGIE DATA MARKETING



Objectifs

- Comprendre les concepts autour du Data Marketing.
- Découverte des notions fondamentales sur les données publicitaires.
- Savoir initier sa stratégie autour de la donnée
- Responsables marketing, responsables expérience/relation client, responsables e-CRM.



Public

Programme

1. Définitions autour du Data Marketing
2. Les outils de mesure sur le Digital
3. Du Big Data au Smart Data
4. Les notions fondamentales d'une DMP
5. La Datavisualisation
6. Les aspects réglementaires autour de la donnée



Organisation

- Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne





Formation

CONCEVOIR SA STRATÉGIE CONTENT MARKETING



Objectifs

- Comprendre les capacités du digital en terme de production de contenu.
- Initiation au Storytelling « digital ».
- Mise en pratique à travers les outils référents.
- Responsables/chefs de projet marketing, communication, responsables éditoriaux.

Public

1. Définition du Content Marketing
2. Comment construire une histoire
3. Les outils du Content Marketing
4. Savoir mesurer son contenu

Programme



Organisation

- Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne





Formation

INITIATION AU SEARCH MARKETING



Objectifs

- Comprendre la discipline et ses différents leviers d'activation.
- Appréhender les différentes notions dans le Search Marketing.
- Initiation aux pratiques du marché.



Public

- Responsables marketing, multimédia, communication, commerciaux, webmasters.

Programme

1. Le Search Marketing
 - a. Définitions
 - b. Le marché
2. Le référencement organique - SEO
3. Le référencement payant - SEA
4. Le Social Media Optimization – SMO
5. L'ASO – Application Store Optimization



Organisation

- Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne





Formation DÉFINIR SA STRATÉGIE SOCIAL MARKETING



Objectifs

- Comprendre les concepts du Social Marketing.
 - Découverte des notions fondamentales sur les activations et les différents leviers.
 - Meilleure appréhension de l'univers du Digital.
 - Responsables marketing, digital, communication, social media & community managers.

Public

Programme 1.

- 
 1. Définition du Social Marketing
 - a. État de l'art et historique
 2. L'activation organique des Réseaux Sociaux
 3. Savoir produire du contenu sur les Réseaux Sociaux
 4. Les systèmes de mesure et les principaux indicateurs sur les Réseaux Sociaux
 5. Le Social Paid, les enjeux de l'amplification payante
 6. Construire une stratégie Social Média

Organisation

- Pédagogie : session présentielle + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
 - Durée de la session : 7H
 - Budget : 1 200€/personne





Formation LANCER SA STRATÉGIE INBOUND MARKETING



Objectifs

- ⌚ Comprendre les techniques de l'Inbound Marketing et leur mise en application.
- ⌚ Savoir construire un plan Inbound Marketing.

Public

- ⌚ Responsables marketing, chefs de produits ou toute personne en charge de la communication.

Programme

1. Définition de l'Inbound Marketing
2. Définir sa stratégie d'Inbound Marketing
3. Objectifs & cibles, les fondamentaux
4. Quels contenus mettre dans sa stratégie ?
5. Les outils indispensables pour construire une stratégie d'acquisition Inbound



Organisation

- ⌚ Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- ⌚ Durée de la session : 7H
- ⌚ Budget : 1 200€/personne





Formation

CONCEVOIR UN PLAN DISPLAY BRANDING



Objectifs

- Comprendre la conception d'un dispositif digital Display Branding.
- Apprendre à faire un plan Display.
- Meilleure appréhension de l'univers du Digital.

Public

- Responsables marketing, multimédia, communication, commerciaux.

Programme

1. Rappel des 7 disciplines digitales
2. Les indicateurs digitaux
 - a. Les indicateurs techniques
 - b. Les indicateurs de médiaplanning
 - c. Les indicateurs financiers
3. Les éléments de médiaplanning
4. Construire un plan Display

Organisation

- Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne





Formation

LA PROGRAMMATIQUE DE A À Z

Objectifs

- Comprendre les mécaniques de la discipline.
- Meilleure appréhension de l'univers du Digital.
- Initiation à la culture digitale.



Public

- Responsables marketing, multimédia, communication, commerciaux.

Programme

1. Rappel des fondamentaux sur la publicité digitale.
2. Les fondamentaux de l'achat programmatique dans le Digital :
 - a. Principe d'encheres
 - b. Définitions
3. Les modes de fonctionnement de l'achat programmatique sur le Digital
4. Les acteurs moteurs du marché : définition et rôles

REAL TIME
ADVERTISING

Organisation

- Pédagogie : session présentielle + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne





Formation CONCEVOIR UN PLAN DISPLAY PERFORMANCE



Formation CONCEVOIR UN PLAN DISPLAY PERFORMANCE

Objectifs

- Comprendre la conception d'un dispositif Digital Display à la performance.
- Apprendre à faire un plan Display Performance.
- Meilleure appréhension de l'univers du Digital.

Public

- Responsables marketing, multimédia, communication, commerciaux.

Programme

1. Définition du Marketing à la performance
2. Les acteurs du Marketing à la performance
3. Construire un plan Display Performance
 - a. Les indicateurs
 - b. Le processus de sélection
4. Les règles d'or du Marketing à la performance

Organisation

- Pédagogie : session présentielle + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne



Formation PILOTER SA STRATÉGIE MOBILE MARKETING



Objectifs

- Comprendre les enjeux du mobile dans une stratégie digitale.
- Appréhender les différents capacités du mobile dans la communication digitale.



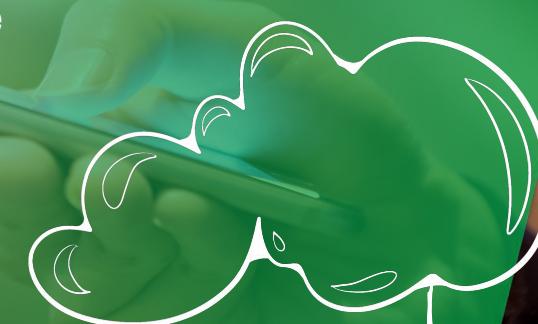
Public

- Responsables marketing, digital, mobile, communication.



Programme

1. Les chiffres du Mobile en Europe
2. Les avantages du Marketing Mobile
3. Les nouveaux acteurs du Marketing Mobile
4. Réussir une Campagne Mobile



Organisation

- Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne





Formation

Objectifs

Public

Programme

Organisation

CONCEVOIR SA STRATÉGIE DIGITALE

- Apprendre à concevoir une stratégie digitale.
- Organiser les disciplines et les principaux indicateurs.
- Meilleure appréhension de l'univers du digital.
- Directeurs, responsables marketing, communication.

- Les éléments structurants d'une stratégie digitale
- Concevoir et définir les objectifs
- Déterminer les KPIs
- Coordonner les disciplines et les leviers

- Pédagogie : session présentielles + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne



CV DE L'INTERVENANT : CHRISTOPHE DANÉ



Profil

<https://fr.linkedin.com/in/christophedane>



2020

Industrie des médias

30
ans

Industrie digitale

22
ans



Media agencies association
Interactive - founder



Coordinator
VP - Board member



VP of Brand Advertising
commitee

