

Stratégie  
digitale

omni canal

Display



Mobile

Social

Digitall  
Makers



Data

inbound

programmatisation

Search



# CATALOGUE FORMATION MARKETING DIGITAL 2020

kpi's

Janvier 2020 - Digitall Makers tous droits réservés



Digitall 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

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





## Formation

# COMPRENDRE LES FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL

## Objectifs

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

## Public

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 présentielle + 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

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



## Organisation

- Pédagogie : session présentielle + 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.



**Public**

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



**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. Structure ses indicateurs pour piloter un dispositif digital



**Organisation**

- Pédagogie : session présentielle + 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

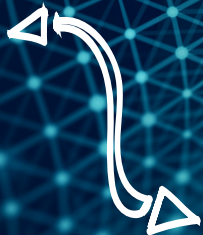


## Public

- Responsables marketing, responsables expérience/relation client, responsables e-CRM.

## 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 présentielle + 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.

## Public

- Responsables/chefs de projet marketing, communication, responsables éditoriaux.

## Programme

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

# CONTENT

## Organisation

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







## Formation

# INITIATION AU SEARCH MARKETING

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 présentielle + 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.

## Public

- Responsables marketing, digital, communication, social media & community managers.

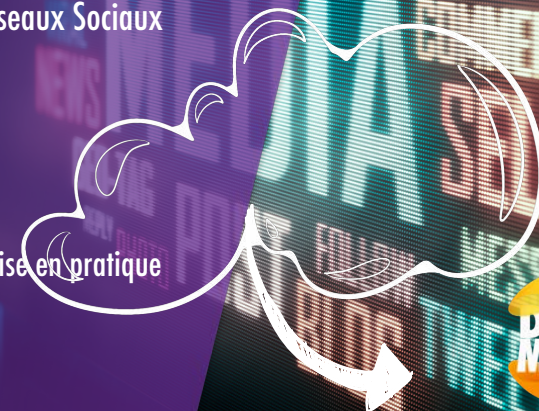
## Programme

- Définition du Social Marketing
  - État de l'art et historique
- L'activation organique des Réseaux Sociaux
- Savoir produire du contenu sur les Réseaux Sociaux
- Les systèmes de mesure et les principaux indicateurs sur les Réseaux Sociaux
- Le Social Paid, les enjeux de l'amplification payante
- 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

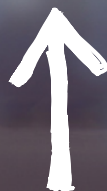
- Responsables marketing, chefs de produits ou toute personne en charge de la communication.

## 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 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 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

- Résponsables marketing, multimédia, communication, commerciaux.

## Programme

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

## Organisation

- Pédagogie : session présentielle + 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

Display  
Marketing

## 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

- Rappel des fondamentaux sur la publicité digitale.
- Les fondamentaux de l'achat programmatique dans le Digital :
  - Principe d'enchères
  - Définitions
- Les modes de fonctionnement de l'achat programmatique sur le Digital
- Les acteurs moteurs du marché : définition et rôles



## 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



## 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

- Définition du Marketing à la performance
- Les acteurs du Marketing à la performance
- Construire un plan Display Performance
  - Les indicateurs
  - Le processus de sélection
- 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 différentes 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 présentielle + Q.C.M. d'évaluation + Atelier de mise en pratique
- Durée de la session : 7H
- Budget : 1 200€/personne





## Formation

# CONCEVOIR SA STRATÉGIE DIGITALE

## Objectifs

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

## Public

- Directeurs, responsables marketing, communication.

## Programme

1. Les éléments structurants d'une stratégie digitale
2. Concevoir et définir les objectifs
3. Déterminer les KPIs
4. Coordonner les disciplines et les leviers

## Organisation

- Pédagogie : session présentielle + 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>



1990

2020

Leo Burnett

CLM BBDO



CIA LE LAB

OUTRIDER

mediaedge:cia

WPP

mec:interaction

MD

HAVAS

MEDIA

media contacts MD

OmnicomMediaGroup

MD

resolution



accuen

annalect



CEO



Media agencies association  
Interactive - founder

iab. france

Coordinator  
VP - Board member

iab. europe

VP of Brand Advertising  
committee

Industrie des médias

30 ans

Industrie digitale

22 ans



