



CYCLE Genève

CERTIFIANT

Stratégie digitale

Aujourd'hui, le digital marketing est une compétence clé recherchée par les entreprises. Découvrez notre *Cycle Certifiant Stratégie digitale* d'une durée de 16 jours (plus de 140 heures de formation).

Un cursus de base qui vous permettra de saisir les opportunités liées aux outils et aux plateformes digitales, de les intégrer dans votre stratégie marketing et de mettre en place et optimiser les indicateurs de performance.

Un enseignement qui allie théorie et pratique, dispensé par des professionnels du domaine en activité, sous la responsabilité de Frédéric Dumonal (directeur de la Formation Continue @CREA, Genève).

Un programme adapté pour les professionnels, qui se déroule sur 8 vendredis et 8 samedis, répartis sur 3 mois. La formation se termine par la remise d'un travail personnel de certificat évalué par un jury de professionnels.

Nous proposons également, pour toutes les personnes qui souhaiteraient développer d'avantage leurs connaissances et leurs compétences :

- Un Master en alternance de 18 mois dans le domaine du Digital Marketing & Communication
- Un Cycle Certifiant en Digital Brand Content
- Un Cycle Certifiant en Stratégie Relationnelle & Data Management

OBJECTIFS

- Comprendre comment construire une stratégie et des actions digitales efficaces
- Appréhender les processus de coordination lors de lancements de projets digitaux (site web, campagnes web marketing, gestion des médias sociaux et de la réputation online)
- Apprendre les diverses techniques d'optimisation de campagnes
- Construire une recommandation cohérente pour les plateformes sociales
- Comprendre comment mesurer le ROI de ses actions digitales

À QUI S'ADRESSE CE CYCLE ?

Aux professionnels du marketing et de la communication, ainsi qu'à tous ceux qui souhaitent développer leur maîtrise du e-marketing, de la communication digitale et des médias sociaux.

PRÉ-REQUIS

Aucun pré-requis n'est demandé pour débiter le cursus *Cycle Certifiant Stratégie digitale*.

FORMATEURS

FRÉDÉRIC DUMONAL (Directeur)
Fondateur & CEO
@Lesintellos.com,
Genève

PHIL GALLAND
Head of digital programs
@CREA, Genève

LOUIS BONICHON
Creative Director & Partner
@MNSTR, Paris

PASCAL DETRAZ
Head of Digital + Print Unit
@Details.ch, Genève

ALEXANDRA FROMM
Directrice générale
@ThinkBand, Paris

CÉDRIC RAINOTTE
Digital Evangelist
@6ix*be, Bruxelles

FLORENT ADAM
Digital Marketing Consultant
@Soleil Digital, CH

EVE DE ZUTTER
Analyste Social Media
@We are Social, Paris

VINCENT LEHMAN
Directeur
@Soleil Digital, CH

YANN SAOLI
Marketing Manager
@LunaJets, Genève

MODALITÉS

LIEU & HORAIRES

Lieu CREA Genève
BAT43L, 43 route des Acacias
1227 Genève-Acacias

Horaires Vendredi et samedi de 9h00 à 17h30

DURÉE

16 jours de formation répartis sur 3 mois, du **9 mars au 26 mai 2018**. 120 heures de formation et 20 heures de travail de dossier.

DATES DES COURS*

Mars 2018 : ven 9, sam 10, ven 16, sam 17, ven 23, sam 24

Avril 2018 : ven 13, sam 14, ven 20, sam 21, ven 27, sam 28

Mai 2018 : ven 4, sam 5, ven 25, sam 26

* dates sous réserve de modifications

TARIF

CHF 3'800.- + Frais de dossier de CHF 100.-

POUR VOUS INSCRIRE OU NOUS CONTACTER

Pour vous inscrire au *Cycle Certifiant Stratégie digitale*, il vous suffit de vous rendre sur WWW.CREAGENEVE.COM

Vous pouvez nous **contacter par mail** à l'adresse suivante : info@creageneve.com ou **par téléphone** au **+41 22 338 15 80**.



PROGRAMME

JOUR 1 – VEN 09.03.2018

FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL – LES VRAIS ENJEUX 2018

- Comprendre le paysage et les enjeux du digital en 2018
- Commenter les meilleurs cases studies
- Apprendre à connaître les outils du web

JOUR 2 – SAM 10.03.2018

COMMENT GÉRER UN PROJET WEB

- Approche stratégique
- Design & création
- Développement & production
- Plan de lancement
- Maintenance, amélioration & analytics
- Étude de cas & workshop

JOURS 3 & 4 – VEN 16.03 & SAM 17.03.2018

COMPRENDRE LES MÉDIAS SOCIAUX – LA RÉVOLUTION SOCIALE

- Panorama des médias sociaux
- Les opportunités de la vidéo digitale (contexte social)
- Vue d'ensemble des possibilités sur médias sociaux
- Les opportunités pour une marque (social paid)
- Tips & tricks pour optimiser ses campagnes sociales
- Tendances du secteur
- Vue d'ensemble des possibilités offertes par Twitter (paid & organic)

JOUR 5 – VEN 23.03.2018

WORKSHOP FACEBOOK – GÉRER ET OPTIMISER LES CAMPAGNES FACEBOOK

- Les divers outils de gestion
- Facebook Business Manager
- Facebook Ads Manager & Power Editor
- Lecture et compréhension des statistiques
- Optimisation de campagnes
- Tips & tricks scénario et utilisation de tools externes

JOUR 6 – SAM 24.03.2018

COMMENT INTÉGRER LE MOBILE À SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Comprendre les raisons de l'explosion des utilisateurs de l'Internet mobile
- Appréhender le champ des possibilités du marketing mobile
- Créer un contenu cohérent avec sa stratégie globale
- Comment réaliser un plan de communication mobile?
- Découvrir les tendances du marketing mobile 2017
- Étude de cas & workshop

JOUR 7 – VEN 13.04.2018

WEB LISTENING

- Comprendre l'intérêt d'écouter ses communautés et ses cibles marketing
- Connaître l'écoute sélective et l'écoute active
- Apprendre à définir le profil d'une communauté avec les outils disponibles
- Comprendre les enjeux et la mise en place d'une stratégie d'influence
- Identifier et définir ce qu'est un influenceur, comprendre son rôle
- Définir une stratégie d'influence digitale pour une marque

JOUR 8 – SAM 14.04.2018

WORKSHOP – GOOGLE ANALYTICS : PRISE EN MAIN, UTILISATIONS AVANCÉES

- Améliorez votre site web en analysant les comportements de vos visiteurs! Google Analytics est l'outil d'analyse web le plus populaire au monde. Mais pour tirer le meilleur parti de cet outil, encore faut-il le connaître et le maîtriser parfaitement.
- Partie 1: Prise en main de Google Analytics
- Partie 2 : Manipulation de l'outil à travers des études de cas très complètes, inspirées par diverses expériences client

JOUR 9 – VEN 20.04.2018

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCIEMENT – LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

- Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche
- Acquérir les bases et les bons réflexes afin d'améliorer son positionnement
- Première approche des outils
- Étude de cas

JOUR 10 – SAM 21.04.2018

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCIEMENT – LES LIENS SPONSORISÉS

- Comprendre le fonctionnement de Google Adwords
- Créer des campagnes & analyser ses performances
- Être capable de lancer ses premières campagnes de manière autonome
- Étude de cas

JOUR 11 – VEN 27.04.2018

CRÉER UN PLAN MEDIA ONLINE

- Quel est le paysage de la publicité online ?
- Qui sont les acteurs du marché ?
- Comment développer son plan média ?
- Comment faire un choix d'emplacement et de format afin d'optimiser sa campagne ?
- Comment cibler efficacement sa campagne & quels sont les différents supports ?
- Comment mesurer le résultat de sa campagne ?
- Étude de cas & workshop

JOUR 12 – SAM 28.04.2018

BRAND CONTENT – TECHNIQUES DE RÉDACTION WEB

- Rédaction web – les fondamentaux
- Best practices et référencement
- Brand Content et Storytelling
- Ecriture et communauté
- Étude de cas & workshops

JOUR 13 – VEN 04.05.2018

UX / UI, PENSER SON E-COMMERCE

- Stratégie e-commerce
- Penser un site e-commerce : contenu de l'offre, plateforme technique, UX & UI
- Cas pratiques & best practices
- Mesurer & suivre les résultats de son site e-commerce

JOUR 14 – SAM 05.05.2018

CRM & MARKETING RELATIONNEL

- L'évolution du CRM dans un monde digital
- Sensibilisation à la problématique des data
- Les bases d'une stratégie d'e-mail marketing
- Créer, construire & optimiser sa base d'adresses e-mails
- L'e-mailing: un outil de transformation, rétention & fidélisation
- Manager & mesurer l'efficacité de vos campagnes crm

JOURS 15 & 16 – VEN 25.05 & SAM 26.05.2018

WORKSHOP – CONCEVOIR ET METTRE EN PLACE SA STRATÉGIE DE MARKETING DIGITAL

- Comprendre le planning stratégique digital
- Présentation des méthodes d'application
- Ne pas confondre outils et stratégie
- Marketing & User Generated Content
- Suivre la performance & optimiser sa stratégie
- Devenir un media

À la fin du Cycle Certifiant, le participant devra réaliser pour obtenir son certificat **une stratégie digitale**. Il disposera d'**un mois** pour cela.

Ce travail sera évalué et commenté par **des experts du secteur**.