



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 Phil Galland (Head of digital programs @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

PHIL GALLAND
(Co-Directeur)
Head of digital programs
@CREA, GE

FRÉDÉRIC DUMONAL
(Co-directeur)
Fondateur & CIO
@Lesintellos.com, GE

LOUIS BONICHON
Creative Director & Partner
@MNSTR, Paris

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

ALEXANDRA FROMM
Deputy General Manager
@MRM/McCann, Paris

DIMITRI GANEVAT
Founder & Digital Project Manager
@WOW, GE

CÉDRIC RAINOTTE
Digital Evangelist
@6ix*be, Bruxelles

ROMAIN VETTER
Account Director
@Omnicom Media Group

FLORENT ADAM
Digital Marketing Consultant
@Soleil Digital, CH

DAMIEN TARRIO
Digital Project Manager
@WOW, GE

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

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 **6 octobre au 16 décembre 2017**. 120 heures de formation et 20 heures de travail de dossier.

DATES DES COURS*

Octobre 2017 : ven 6, sam 7, ven 13, sam 14

Novembre 2017 : sam 4, ven 10, ven 17, sam 18, ven 24, sam 25

Décembre 2017 : ven 1, sam 2, ven 8, sam 9, ven 15, sam 16

* 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 06.10.2017

FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL – LES VRAIS ENJEUX 2017

- Comprendre le paysage digital en 2017
- Comprendre les enjeux du digital
- Commenter les meilleurs case studies
- Apprendre à connaître les outils du web

JOUR 2 – SAM 07.10.2017

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 13.10 & SAM 14.10.2017

COMPRENDRE LES MÉDIAS SOCIAUX – LA RÉVOLUTION SOCIALE

- Panorama des médias sociaux
- Les opportunités pour une marque
- Les outils de management
- Construire un éco-système digital
- Étude de cas & workshop

JOUR 5 – SAM 04.11.2017

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 6 – VEN 10.11.2017

WORKSHOP FACEBOOK – GESTION ET OPTIMISATION DE CAMPAGNES

- Comprendre comment fonctionne une page Facebook de A à Z afin de booster votre communauté
- Créer votre page Facebook
- Optimiser et personnaliser votre page Facebook
- Animer votre page Facebook
- Promouvoir votre page Facebook
- Mesurer votre page Facebook

JOUR 7 – VEN 17.11.2017

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 8 – SAM 18.11.2017

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCIEMENT – LES LIENS SPONSORISÉS

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

JOUR 9 – VEN 24.11.2017

CRÉER UN PLAN MEDIA ONLINE

- Quel est le paysage de la publicité online et 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 10 – SAM 25.11.2017

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 11 – VEN 01.12.2017

WEB LISTENING & INFLUENCE

- 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 12 – SAM 02.12.2017

WORKSHOP – GOOGLE ANALYTICS

- Prise en main de Google Analytics
- Manipulation de l'outil à travers des études de cas très complètes, inspirées par diverses expériences client

JOUR 13 – VEN 08.12.2017

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

JOUR 14 – SAM 09.12.2017

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

JOURS 15 & 16 – VEN 15.12 & SAM 16.12.2017

WORKSHOP – 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

* Programme et dates sous réserve de modifications

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**.