



# 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 Frederic 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

**FREDERIC 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  
@Details.ch, Genève

**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

**JOCELYN BONHOMME**  
Consulting Director  
@WIDE, Genève

**PHILIPPE DELTENRE**  
Digital Strategy Directo  
@IPG Mediabrands,  
Bruxelles

**JULIEN ROCHER**  
Senior Digital Art  
Director  
@Details.ch, Genève

**LEO BARBERET-GIRARDIN**  
Strategic Planner  
@MNSTR, Paris

**PATRICK BELLAIR**  
Président  
@La Dictature du  
Beau, 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 **22 mars au 25 mai 2019**.  
120 heures de formation et 20 heures de travail de dossier.

## DATES DES COURS\*

**Mars 2019** : ven 22, sam 23, ven 29 et sam 30

**Avril 2019** : ven 5, sam 6, ven 12 et sam 13

**Mai 2019** : ven 3, sam 4, ven 10, sam 11, ven 17, sam 18, ven 24 et sam 25

\* dates sous réserve de modifications

## TARIF

CHF 4'100.- + 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](http://WWW.CREAGENEVE.COM)

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



# PROGRAMME

## JOUR 1 – VEN 22.03.2019

### FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL – LES VRAIS ENJEUX 2019

- Comprendre le paysage et les enjeux du digital en 2019
- Commenter les meilleurs cases studies
- Apprendre à connaître les outils du web

## JOUR 2 – SAM 23.03.2019

### 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 29.03 & SAM 30.03.2019

### 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 05.04.2019

### 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 06.04.2019

### 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 7 – VEN 12.04.2019

### 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 8 – SAM 13.04.2019

### 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 2019
- Étude de cas & workshop

## JOUR 9 – VEN 03.05.2019

### 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 10 – SAM 04.05.2019

### 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 11 – VEN 10.05.2019

### 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 12 – SAM 11.05.2019

### GROWTH HACKING

- Définition et fondamentaux
- Fonctionnement & méthodes
- Objectifs & utilité
- Outils
- Case studies

## JOUR 13 – VEN 17.05.2019

### PARCOURS E-COMMERCE

- Histoire de l'e-commerce et mise en perspective chiffrée du business
- Evolution des attentes du consommateur
- Stratégie et Indicateurs clés de la performance E-commerce
- Cas pratiques, workshops et best practices

## JOUR 14 – SAM 18.05.2019

### 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

## JOURS 15 & 16 – VEN 24.05 & SAM 25.05.2019

### 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**.