



CYCLE Lausanne

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 4 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 (Genève)
- Un Cycle Certifiant en Digital Brand Content (Genève)
- Un Cycle Certifiant en Stratégie Relationnelle & Data Management (Genève)

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
+ Print Unit
@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

ANTOINE COCHET
Digital Project
Manager
@MediaGo, Lausanne

JOCELYN BONHOMME
Consulting Director
@WIDE, Genève

DAVID PIHEN
Associate Director
@VANKSEN, Genève

PATRICK BELLAIR
Président
@La Dictature du
Beau, Paris

PHILIPPE DELTENRE
Digital Strategy
Director
@IPG Mediabrands

MODALITÉS

LIEU & HORAIRES

Lieu CREA Inseec U. / Impact Hub
Rue du Jura 11
1004 Lausanne

Horaires Vendredi et samedi de 9h00 à 17h30

DURÉE

16 jours de formation répartis sur 3 mois, du **15 mars au 25 mai 2019**.
120 heures de formation et 20 heures de travail de dossier.

DATES DES COURS*

Mars 2019 : ven 15, sam 16, ven 22, sam 23, ven 29 et sam 30

Avril 2019 : ven 5 et sam 6

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

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 15.03.2019

FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL – LES VRAIS ENJEUX 2019

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

JOUR 2 – SAM 16.03.2019

COMMENT GÉRER UN PROJET WEB

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

JOUR 3 – VEN 22.03.2019

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 4 – SAM 23.03.2019

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 5 – VEN 29.03.2019

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 6 – SAM 30.03.2019

GROWTH HACKING

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

JOUR 7 – VEN 05.04.2019

PARCOURS 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 8 – SAM 06.04.2019

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

BRAND CONTENT – TECHNIQUES DE RÉDACTION WEB

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

JOURS 10 & 11 – SAM 04.05 & VEN 10.05.2019

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 12 – SAM 11.05.2019

WORKSHOP FACEBOOK – GESTION ET OPTIMISATION DE CAMPAGNES

- Les divers outils de gestion
- Facebook Business Manager
- Facebook Ads Manager & Power Editor (création de campagne, création d'audiences, insights et optimisation)
- Lecture et compréhension des statistiques
- Optimisation de campagnes
- Tips & tricks scénario et utilisation de tools externes (monitoring & optimisation)

JOUR 13 – VEN 17.05.2019

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

JOUR 14 – SAM 18.05.2019

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

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

* 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**.