



CYCLE Bruxelles

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 Cédric Rainotte (Digital Evangelist @Gix*be, Bruxelles).

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.

OBJECTIFS

- Comprendre comment construire une stratégie et des actions digitales efficaces
- Appréhender les processus de coordination lors deancements 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

CÉDRIC RAINOTTE
Directeur du Cycle Certifiant
Digital Evangelist
@Gix*be, Bruxelles

HÉLÈNE DUVOUX-MAUGUET
Head of Strategy
@We Are Social, Paris

LOUIS BONICHON
Creative director/
Partner
@MNSTR, Paris

CÉDRIC CAUDERLIER
Senior Digital Strategy
& Co-founder
@Mountainview,
Bruxelles

SERGE MARCHAL
SEO, SEA &
Conversion Expert
Mont-Saint-Guibert

ERIC GODEFROID
Director
@ACTITO Belgium,
Bruxelles

JOHN CHÂTEL
Chef de projet Digital
Account Manager
@MEDIAGO,
Lausanne

GAËTAN GODARD
Partner-Client Service
Director
@blue2purple,
Bruxelles

ALEXANDRE PORTOIS
Managing Partner &
co-owner
@Digisense sprl,
Bruxelles

PATRICK BELLAIR
Président
@La Dictature du
Beau, Paris

MODALITÉS

LIEU & HORAIRES

Lieu Welkin and Meraki
Avenue des Arts 6
1210 Bruxelles

Horaires Vendredi et samedi de 9h00 à 17h30

DURÉE

16 jours de formation répartis sur 4 mois, du **27 septembre au 7 décembre 2019**.
120 heures de formation et 20 heures de travail de dossier.

DATES DES COURS*

Septembre 2019: ven 27 et sam 28

Octobre 2019: ven 4, sam 5, ven 11, sam 12, ven 18 et sam 19

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

Décembre 2019: ven 6 et sam 7

* dates sous réserve de modifications

TARIF

3'500€ + Frais de dossier de 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

FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL – LES VRAIS ENJEUX 2020

- Comprendre le paysage digital en 2020
- Comprendre les enjeux du digital
- Commenter les meilleurs cases studies
- Apprendre à connaître les outils du web

COMMENT GÉRER UN PROJET WEB

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

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)

WORKSHOP – GOOGLE ANALYTICS : PRISE EN MAIN, UTILISATIONS AVANCÉES

- Améliorez votre site web en analysant les comportements de vos visiteurs
- 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

PLANNING STRATÉGIQUE

- Définition(s) et enjeux du planning stratégique
- Appréhender les différentes typologies de planning stratégique
- Comprendre la cible, les insights et définir les objectifs
- Découverte des outils digitaux de veille et de suivi
- Étude de cas et workshop

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 2020
- Étude de cas & workshop

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

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

GROWTH HACKING

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

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

CRM & MARKETING RELATIONNEL

- Bases du langage CRM
- Les nouveaux enjeux de l'expérience client
- Tactiques d'optimisation de l'expérience client
- Case studies

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
- Découverte des outils
- Étude de cas

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

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)

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

* Programme sous réserve de modifications

* Le planning de cours sera communiqué aux participants.
Pour les dates de cours, se référer à la partie modalités

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**.