



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 (Lausanne et Genève)
- Un Cycle Certifiant en Digital Brand Content (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
@Genevafin.tech
@Lesintellos.com

PHIL GALLAND
Head of Digital & Innovation Programs
@CREA, Genève

LOUIS BONICHON
Creative Director & Partner
@MNSTR, Paris

JOHN CHÂTEL
Chef projet digital
Account manager,
@Mediago

CÉDRIC RAINOTTE
Social Paid Wizard
@BWAT, Bruxelles

FLORENT ADAM
Head of Digital Marketing Consultant
@MEDIAGO, CH

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

ANTOINE COCHET
Digital Project Manager
@MediaGo, Lausanne

JOCELYN BONHOMME
Director
@Cyricle, Genève

PATRICK BELLAIR
Président
@La Dictature du Beau, Paris

PHILIPPE DELTENRE
Head of Strategy
@MediaCom, Genève

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 **3 avril au 27 juin 2020**.
120 heures de formation et 20 heures de travail de dossier.

DATES DES COURS*

Avril 2020 : ven 3 et sam 4

Mai 2020 : ven 1, sam 2, ven 8, sam 9, ven 15 et sam 16

Juin 2020 : ven 5, sam 6, ven 12, sam 13, ven 19, sam 20, ven 26 et sam 27

* dates sous réserve de modifications

TARIF

CHF 4'100.- + Frais de dossier de CHF 150.-

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 cas 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

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

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

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

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT – LE RÉFÉRENCEMENT 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 RÉFÉRENCEMENT – 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**.