

<b>Durée horaire</b>	4 semaines, une semaine de formation par module
<b>Public cible</b>	Salariés et Managers du marketing, de la communication et de la vente ...
<b>Tarif</b>	Nous consulter
<b>Nb de participant</b>	Un groupe de 5 personnes au minimum

## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Savoir piloter un plan marketing en ligne de A à Z
- Etre en mesure de créer une offre commerciale en ligne
- Maîtriser les différents leviers d'acquisition de trafic, et être capable d'interpréter les différents indicateurs clés de performance
- Etre en mesure d'automatiser un Funnel de conversion marketing

## MÉTHODOLOGIE

- Formation en ligne sur une plateforme dédiée accessible 7j/7j, 24h/24h, n'importe où, durant la durée de la session.
- Espace personnel avec un identifiant pour chaque apprenant avec lequel il pourra, suivant son emploi du temps, entrer dans la plateforme et commencer son apprentissage.
- 2h d'assistance en présentiel et sur demande suivant besoins des participants.
- Contenu de formation en vidéos explicatives en Malagasy et en Français, avec partage d'écran.
- Regroupement hebdomadaire sur une plateforme de réunion en ligne

## PROGRAMME

### MODULE 1 : LA MAINTENANCE ET LA SECURITE

Ce module est une étape cruciale pour toute Entreprise qui souhaite optimiser sa transformation digitale :

- Analyser et faire un audit de sa présence en ligne
- Faire un Benchmark digital de son marché
- Fixer des objectifs SMART dans le cadre du digital
- Fixer les différents indicateurs de performance
- Identifier les moyens de mise en œuvre de sa stratégie online

### Résultats attendus chez l'apprenant à la fin de ce module

A la fin de ce module chaque apprenant sera en mesure de développer des réflexes et méthodes propres au marketing digital qui lui permettra d'atteindre plus rationnellement les objectifs commerciaux fixés par l'Entreprise.

## MODULE 2 : Concevoir une offre commerciale à travers le Digital

Le marketing digital se différencie du marketing classique dans sa capacité à rendre plus facile l'atteinte des objectifs de performances

- Rappel sur les techniques de positionnement sur le marché
- Comment sortir une valeur proposition ou USP ?
- Comment prendre parti de l'utilisation des Landing page, Funnel de conversion dans une stratégie d'acquisition de nouveaux prospects ?
- Comment prendre parti de l'utilisation des Funnels de vente dans une stratégie de conversion client
- Maîtriser les différents points d'optimisation d'un siteweb informationnel, d'une Landing page, d'une page de vente

### Résultats attendus chez l'apprenant à la fin de ce module

A la fin de ce module chaque apprenant sera en mesure de proposer une offre commerciale en ligne, et mettre en place des activations digitales orientées «Performances» : génération de leads ou conversion vente.

## MODULE 3 : Acquisition de trafic avec le modèle POEM

Pas de trafic = pas de prospects = pas de clients. Le trafic est au coeur du Marketing digital. Ce module se focalisera essentiellement sur les moyens qui devront être mobilisés par l'Entreprise pour atteindre

ses objectifs marketing et commerciaux :

- Passage en revue de l'écosystème digital dans sa globalité
- Différence entre l'Inbound marketing et l'Outbound marketing
- Comprendre le modèle POEM dans une stratégie d'acquisition client
- Savoir mettre en place les tracking de suivi d'un siteweb
- Lancer de A à Z une Campagne de Brand awareness avec du Social Ads (Facebook)
- Lancer de A à Z une Campagne relationnelle avec du Social Ads (Facebook)
- Lancer de A à Z une Campagne de conversion avec du Social Ads (Facebook)
- Analyser les KPIs d'une campagne media
- Savoir utiliser l'email marketing dans une stratégie de Nurturing et de conversion client
- Analyser les KPIs d'une campagne Emailing
- Initiation à Sales Navigator dans une stratégie de génération de prospects en B2B
- Tutoriel et démonstration

### Résultats attendus chez l'apprenant à la fin de ce module

A la fin de ce module chaque apprenant sera en mesure de comprendre la différence majeure entre le trafic organique (Gratuit) et le trafic payant, et par conséquent mobiliser des moyens adéquats. Il sera également en mesure d'interpréter les datas d'une campagne media et prendre en conséquence les décisions appropriées de manière objective.

## MODULE 4 : Automatisation de son Funnel de conversion

Ce module finalise ce qui a été vu dans les modules précédents. Il s'agira d'automatiser en partie son système marketing en ligne. L'objectif final de cette automatisation sera d'alimenter systématiquement un service commercial en Prospects qualifiés.

- Mettre en place un Mapping de son Funnel de conversion
- Vérifier les différents points de contrôle pour une optimisation des conversions
- Créer des séquences d'email marketing en mode automatique
- Tutoriel et démonstration

### PRÉREQUIS

---

Français, connaissance de base des réseaux sociaux, utilisation d'internet.

### ÉVALUATION

---

Validation par évaluation écrite de la compréhension de l'apprenant des contenus abordés.