

CRÉER DU TRAFIC EN LIGNE, COMPRENDRE LES ENJEUX DE L'ACTIVATION, EXPLOITER LA DATA ET PILOTER LA PERFORMANCE DIGITALE

Module 5 de la formation « Digital Marketing et Communication »

DURÉE	DATES	LIEU DE FORMATION
5 jours	18 novembre, 1 ^{er} , 2, 15 et 16 décembre 2022	À fixer avec l'entreprise

Intervenants

Guillaume VALENTI

Directeur conseil
Agence Periscope

Fabien RAULHAC

Responsable data
Agence Periscope

Loïc LAMOUREUX

SEO Manager
Agence Periscope

Benjamin MASSON

Media Manager
Agence Periscope

Objectifs

Comprendre les enjeux de l'activation

Définir ses KPIs en fonction de ses objectifs et dispositifs,

Maîtriser les notions de base autour de la data en sachant comment exploiter au mieux les données issues d'un site web

Bâtir des tableaux de bord décisionnels sur mesure

Comprendre l'évolution du secteur SEARCH en 2020 et faire face à ses multiples mutations, mieux comprendre la synergie entre SEO et SEA

Définir les grandes lignes de sa stratégie SEO et SEA en plaçant les utilisateurs au cœur des optimisations

Publics concernés

Tout profil marketing, communication débutant et/ou avancé

Toute personne amenée à piloter et à améliorer les performances digitales de ses campagnes

Formations complémentaires associées

Les autres modules de la formation « Digital Marketing et Communication »

Programme détaillé

SÉQUENCE 1 : L'ÈRE DE L'ACTIVATION

L'activation, un concept né du digital
La boîte à outil de l'activation
Mesurer les impacts de ses campagnes
Les nouvelles postures d'activation

SÉQUENCE 2 : L'ENJEU DES DATA ET KPIS

C'est quoi la Data et ça sert à quoi ?
Les principales sources de Data
Focus sur Google Analytics, l'outil n° 1 du web analytics
Des KPIs avancés
Les outils
Travaux pratiques

SÉQUENCE 3 : SEO, UN LEVIER D'ACQUISITION DE TRAFIC EN PERPÉTUELLE MUTATION

Comprendre les changements relatifs au SEARCH
Comment fonctionne un moteur de recherche ?
Définir sa stratégie SEARCH
La technique : favoriser l'accessibilité
Le contenu : plaire aux internautes et aux moteurs
La popularité : crédibiliser votre visibilité
Les outils du SEO

SÉQUENCE 4 : SEA

Contexte, enjeux et opportunités du SEA
Notions fondamentales Adwords
Quels outils pour préparer sa campagne
Créer sa première campagne Adwords (search)
Analyse des campagnes et optimisation des performances
Best practices

*Activités pédagogiques associées :
apports, échanges, applications, quizz interactifs*