



**NON ! UTILISER  
DES 🤪 N'EST PAS  
ÊTRE DIGITAL**

*Formation continue  
« Digital Marketing et Communication »*

---

# FAITES FACE AUX DÉFIS DE LA RÉVOLUTION DIGITALE

*Accélérez votre business avec la formation continue  
Académie Digitale Periscope*

À l'heure de l'ubérisation et dans un environnement toujours plus concurrentiel, la différenciation « digitale » des marques et des entreprises devient un élément vital. Maîtriser les fondamentaux de ce monde digital, prendre de l'avance sur l'évolution des comportements, acquérir des compétences transversales mais aussi se spécialiser dans les outils de demain s'imposent dorénavant comme une nécessité.

Pour offrir à leurs clients les expériences digitales qu'ils attendent, les entreprises traditionnelles ne peuvent plus raisonner comme autrefois. Elles doivent penser et agir comme des entrepreneurs numériques. Face à cet enjeu de transformation, il est vital de sensibiliser vos organisations et vos collaborateurs à ces bouleversements et de leur donner les clés d'une compréhension parfaite de ces nouveaux modèles : comportements consommateurs, communication, marketing...

Periscope, agence conseil en communication et marketing digital accompagne les entreprises et grands groupes dans leur transformation digitale depuis 1999. Grâce à son Académie Digitale, plus de 400 personnes ont été formées l'an passé de manière dynamique, innovante et impactante (méthodes propriétaires, études de cas, ateliers interactifs...) En 2019, plus de 50 conférences & séminaires ont été animés à travers toute la France.

*Bienvenue à bord ! Et décollage immédiat vers votre transformation digitale.*

**PERISCOPE**

## MODALITÉS GÉNÉRALES DE LA FORMATION CONTINUE ACADÉMIE DIGITALE

5 modules de la formation « Digital Marketing et Communication »

---

### *Publics concernés (selon module)*

- Dirigeant, manager soucieux de comprendre les enjeux de la mutation digitale ;
- profil marketing, communication débutant et/ou avancé ;
- professionnel évoluant dans un secteur impacté par la révolution digitale ;
- experts techniques du digital souhaitant acquérir une compétence stratégique (développeurs, webmasters).

Toute personne amenée :

- à prendre des décisions stratégiques, marketing ou commerciales ;
- à bâtir des campagnes de communication et à communiquer au nom d'une organisation ;
- à concevoir et à améliorer les contenus d'un site web ;
- à piloter et à améliorer les performances digitales de ses campagnes.

### *Pré-requis*

Aucun

### *Méthodes pédagogiques*

Alternance d'apports pédagogiques et d'illustrations pratiques

Exercices et mise en application

Quizz interactifs

### *Modalités d'évaluation*

Quizz

### *Les +*

Nombreux échanges avec l'intervenant en lien avec les besoins de chacun

Des méthodes pédagogiques variées et adaptées

## COMPRENDRE LES ENJEUX DU DIGITAL

Module 1 de la formation « Digital Marketing et Communication »

DURÉE	DATES	LIEU DE FORMATION
<b>1</b> jour	17 septembre 2021	ESC Clermont Business School 4 Bd Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

### *Intervenant*

**Jean-Baptiste GALLIÉ**  
Enseignant et responsable  
filière digitale  
Groupe ESC Clermont

### *Objectifs*

*Comprendre l'impact des mutations digitales*  
*Appréhender les conséquences sur votre organisation*  
*Intégrer les opportunités de la digitalisation*

### *Publics concernés*

Tout dirigeant, manager soucieux de comprendre les enjeux de la transformation digitale  
Tout profil marketing, communication débutant et/ou avancé  
Toute personne évoluant dans un secteur impacté par la révolution digitale

### *Formations complémentaires associées*

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

## *Programme détaillé*

### SÉQUENCE 1 : INTERNET, SES RUPTURES ET LEURS CONSÉQUENCES

10 dates clés

Le digital 1.0 : la dématérialisation / les contenus / la désintermédiation

Le digital 2.0 : la consommation collaborative / l'avènement des réseaux sociaux

Le digital 3.0 : l'ère de la Data

Un nouvel éco-système, de nouveaux acteurs

### SÉQUENCE 2 : LES NOUVEAUX ENJEUX DU DIGITAL

Google First

Mobile First, Mobile « only »

Data Driven

De nouveaux comportements, de nouveaux rapports marques/consommateurs

### SÉQUENCE 3 : QUELLE STRATÉGIE MARKETING DIGITALE ?

Les spécificités du marketing digital

Les opportunités du marketing digital

Les modèles d'affaires du digital

Le cadre stratégique pour saisir les opportunités du marketing digital

### SÉQUENCE 4 : COMMENT COMMUNIQUER AVEC LE DIGITAL ?

La communication 360°

Les spécificités de la communication digitale

L'explosion des leviers digitaux

La puissance des réseaux sociaux

Les canaux aux services des objectifs visés

### SÉQUENCE 5 : LES CONSÉQUENCES POUR L'ORGANISATION

L'entreprise en « Opensystem »

Un nouveau « Digital Mindset »

La course à l'attention

*Activités pédagogiques associées :*

*apports, échanges, applications, quizz interactifs*

## RENDRE SA MARQUE DIGITALE ET OPTIMISER SES CONTENUS POUR LE WEB

Module 2 de la formation « Digital Marketing et Communication »

DURÉE	DATES	LIEU DE FORMATION
<b>3</b> jours	16 et 30 septembre 2021, 1er octobre 2021	ESC Clermont Business School 4 Bd Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

### *Intervenants*

**Emmanuel CHEVALLIER**  
Concepteur-rédacteur  
Agence Periscope

**Julien GOUTTENEGRE**  
Directeur associé  
Agence Periscope

**Clément FONTY**  
Chargé de projet  
Design et Édito  
Agence Periscope

### *Objectifs*

*Appréhender les (nouveaux) enjeux des marques dans un monde digital*

*Savoir structurer des réflexions de communication online et offline*

*Créer une stratégie de Brand Content qui vous ressemble et qui s'adapte aux différents supports composant votre écosystème digital*

*Se fixer des objectifs et adapter vos critères d'évaluation selon les attentes prédéfinies (engagement, adhésion...)*

*Définir les grandes lignes de sa plateforme de marque afin d'orienter sa production de contenu dans une logique d'ancrage et de mémorisation*

*Créer une ligne éditoriale robuste et durable en veillant aussi bien au fond qu'à la forme*

*Maîtriser les règles de l'écriture web en s'adaptant aux nouveaux usages d'Internet*

### *Publics concernés*

Tout profil marketing, communication débutant et/ou avancé

Toute personne amenée à prendre des décisions stratégiques, marketing ou commerciales

Toute personne amenée à communiquer au nom d'une organisation

Toute personne amenée à concevoir et à améliorer les contenus d'un site web : (chargé(e) de communication, responsable marketing, chef d'entreprise, rédacteur, webmaster...)

### *Formations complémentaires associées*

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

## *Programme détaillé*

### SÉQUENCE 1 : LA MARQUE À L'ÈRE DU DIGITAL

Et si on parlait langage et communication ?

La marque : les fondamentaux

Marque digitale & Brand design

Fabriquer des souvenirs

### SÉQUENCE 2 : L'ENJEU DU BRAND CONTENT

Le digital Brand Content « une opportunité pour les marques »

Méthodes et stratégies à adopter sur les réseaux sociaux

Définir sa stratégie de Brand Content

Case studies

### SÉQUENCE 3 : PENSER & OPTIMISER SES CONTENUS POUR LE WEB

Concevoir et réussir un projet éditorial web

Maîtriser les règles de l'écriture web

*Activités pédagogiques associées :*

*apports, échanges, applications, quizz interactifs*

## OPTIMISER SES RÉSEAUX SOCIAUX ET SA E-RÉPUTATION ET ÉLABORER SA STRATÉGIE DE FIDÉLISATION

Module 3 de la formation « Digital Marketing et Communication »

DURÉE	DATES	LIEU DE FORMATION
<b>2,5</b> jours	14 et 15 octobre 2021, 4 (matin) novembre 2021	ESC Clermont Business School 4 Bd Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

### *Intervenants*

**Cyril BENTZ**

Consultant data marketing  
& Web analyst

**Pauline RIMBAULT**

Experte SEO et social media  
Agence Periscope

### *Objectifs*

*Appréhender les fondamentaux nécessaires pour développer le dialogue avec ses publics*

*Appréhender la manière de développer une stratégie de fidélisation 2.0*

*Connaître le fonctionnement et l'intérêt pour les marques des réseaux les plus populaires*

*Savoir veiller à sa e-réputation et reprendre le contrôle en cas de Bad Buzz*

*Identifier les différentes stratégies à adopter en fonction de ses attentes*

### *Publics concernés*

Tout profil marketing, communication débutant et/ou avancé

Toute personne amenée à prendre des décisions stratégiques, marketing ou commerciales

Toute personne amenée à communiquer au nom d'une organisation

### *Formations complémentaires associées*

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



## *Programme détaillé*

### SÉQUENCE 1 : LA MARQUE À L'ÈRE DE L'ENGAGEMENT

Du monologue au dialogue

Collaborer sans tout contrôler

Le client est véritablement devenu « ROI »

En route pour une communication personnalisée

### SÉQUENCE 2 : LE MARKETING DIRECT 2.0 OÙ L'ÈRE DE LA FIDÉLISATION

Les enjeux de la fidélisation

Choisir les clients à fidéliser

Élaborer une stratégie de fidélisation

E-mail marketing, outil de fidélisation online indispensable

E-crm et connaissance client

Fidélisation sociale

### SÉQUENCE 3 : PENSER ET OPTIMISER SES RÉSEAUX SOCIAUX / E-RÉPUTATION

Évolution du web social et intérêt pour les marques

Méthodes et stratégies à adopter sur les réseaux sociaux

L'e-réputation / buzz monitoring

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

## BÂTIR SA STRATÉGIE EN INTÉGRANT LA RÉVOLUTION DES USAGES À PARTIR DES UTILISATEURS UX

Module 4 de la formation « Digital Marketing et Communication »

DURÉE	DATES	LIEU DE FORMATION
<b>2,5</b> jours	4 (après midi), 5 et 18 novembre 2021	ESC Clermont Business School 4 Bd Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

### *Intervenants*

**Guillaume VALENTI**

Directeur conseil  
Agence Periscope

**Nicolas ROBILLON**

UX designer  
Agence Periscope

### *Objectifs*

*Intégrer le consommateur au cœur de son éco système digital*

*Comprendre qu'il n'existe non pas une mais des expériences clients*

*Comprendre la révolution des usages, les enjeux du multi-devices  
et de la mobilité*

*Déceler les opportunités offertes par les objets connectés*

### *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 LA CONTEXTUALISATION

Le digital une affaire de marketing & de communication ?

Un changement de prisme

L'avènement de la contextualisation

### SÉQUENCE 2 : L'ENJEU DU MOBILE

Les nouveaux devices

Du mobile Friendly au mobile first

Développer une stratégie mobile

Communiquer sur mobile

### SÉQUENCE 3 : L'ENJEU DES OBJETS CONNECTÉS

Objets connectés / IOT ?

Le digital et les objets connectés In Store

La voiture, nouvel enjeu de communication

### SÉQUENCE 4 : PENSER ET OPTIMISER SON EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Comprendre l'expérience utilisateur

Un support pour soi ou pour ses clients

Les enjeux UX

Piloter l'efficacité de son expérience utilisateurs

*Activités pédagogiques associées :*

*apports, échanges, applications, quizz interactifs*

## 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	19 novembre 2021, 2, 3, 16 et 17 décembre 2021	ESC Clermont Business School 4 Bd Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

### *Intervenants*

**Guillaume VALENTI**

Directeur conseil  
Agence Periscope

**Loïc LAMOUREUX**

SEO Manager  
Agence Periscope

**Benjamin MASSON**

Media Manager  
Agence Periscope

**Fabien RAULHAC**

Responsable data  
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*

**FORMATION CONTINUE ACADEMIE DIGITALE  
PERISCOPE**

INFORMATIONS

[arnaud.malioche@periscope.digital](mailto:arnaud.malioche@periscope.digital)

04 73 93 12 12

**PERISCOPE**