



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

*Formation continue certifiante
« Digital Marketing et Communication »*

FAITES FACE AUX DÉFIS DE LA RÉVOLUTION DIGITALE

*Accélérez votre business avec la formation continue certifiante
Académie Digitale Periscope - ESC Clermont*

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 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 2018, 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 CERTIFIANTE ACADEMIE DIGITALE

5 modules du Certificat « Digital Marketing et Communication »
Capitalisable dans l'Executive Master en Management (visé Bac+5, RNCPI)

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 : INTÉGRER LES OPPORTUNITÉS DE LA DIGITALISATION DANS SA STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Module 1 du Certificat « Digital Marketing et Communication »
Capitalisable dans l'Executive Master en Management (visé Bac+5, RNCP I)

DURÉE	DATES*	LIEU DE FORMATION
1 jour	13 février 2020	4 boulevard Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

Intervenant

Jean-Baptiste GALLIÉ
Enseignant et responsable
filiale digitale
Groupe ESC Clermont

Objectifs

Comprendre l'impact des mutations digitales

Appréhender les conséquences sur votre organisation

Intégrer les opportunités de la digitalisation dans sa stratégie d'entreprise

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 du certificat Marketing Digital

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 du Certificat « Digital Marketing et Communication »
Capitalisable dans l'Executive Master en Management (visé Bac+5, RNCP I)

DURÉE	DATES*	LIEU DE FORMATION
3 jours	14 février 2020 > 5-6 mars 2020	4 boulevard Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

Intervenants

Sébastien CANU
Directeur associé
Agence Periscope

Julien GOUTTENEGRE
Directeur associé
Agence Periscope

Pauline MARTINEZ
Chargée de projets éditoriaux

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 du certificat Marketing Digital

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 EN 2020

Concevoir et réussir un projet éditorial web

Maîtriser les règles de l'écriture web

Activités pédagogiques associées :

apports, échanges, applications, quizz interactifs

CONVERSER AVEC SES CLIENTS/PROSPECTS : OPTIMISER SES RÉSEAUX SOCIAUX ET SA E-RÉPUTATION ET ÉLABORER SA STRATÉGIE DE FIDÉLISATION 2.0

Module 3 du Certificat « Digital Marketing et Communication »
Capitalisable dans l'Executive Master en Management (visé Bac+5, RNCP I)

DURÉE	DATES*	LIEU DE FORMATION
3,5 jours	19-20 mars 2020 > 2-3 avril (0,5j) 2020	4 boulevard Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

Intervenants

Pauline MARTINEZ

Chargée de projets éditoriaux

Cyril BENTZ

Consultant data marketing
& Web analyst

Rodolphe CANALE

Responsable relations
médias/brand content
Groupe ESC Clermont

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 du certificat Marketing Digital

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 EN 2020

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 ET À PARTIR DES UTILISATEURS (UX)

Module 4 du Certificat « Digital Marketing et Communication »
Capitalisable dans l'Executive Master en Management (visé Bac+5, RNCP I)

DURÉE	DATES*	LIEU DE FORMATION
2,5 jours	3 avril (0,5j) 2020 > 16-17 avril 2020	4 boulevard Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

Intervenants

Guillaume VALENTI
Directeur de clientèle

Nicolas ROBILLON
UX designer

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 du certificat Marketing Digital

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 du Certificat « Digital Marketing et Communication »
Capitalisable dans l'Executive Master en Management (visé Bac+5, RNCP I)

DURÉE	DATES*	LIEU DE FORMATION
4 jours	14-15 mai 2020 > 4-5 juin 2020	4 boulevard Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand

Intervenants

Guillaume VALENTI
Directeur de clientèle

Fabien RAULHAC
Statisticien
(l'enjeu des data et kpis)

Loic LAMOUREUX
Responsable pôle marketing
(SEO)

Benjamin MASSON
Traffic manager
(SEA)

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 du certificat Marketing Digital

Certification

Vendredi 26 juin 2020

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 CERTIFIANTE ACADEMIE DIGITALE
PERISCOPE**

INFORMATIONS

arnaud.malioche@periscopemail.com
04 73 93 12 12

PERISCOPE