

PROGRAMME DE FORMATION

"Marketing Digital et Création d'Offres Promotionnelles "

Durée : 5 jours soit 35 heures

Modulable selon les thèmes à aborder et le nombre de participants à former

Tarif minimum indicatif : 2500 TTC

Formation dispensée à partir de 5 personnes minimum

Effectif limité à 10 personnes.

OBJECTIFS

Cette formation de 5 jours vous apprendra à concevoir des stratégies de marketing digital efficaces, à créer des offres promotionnelles attrayantes, et à analyser les performances marketing. Grâce à des modules interactifs et pratiques, vous maîtriserez les compétences essentielles pour exceller dans le marketing, notamment la création de contenu, l'utilisation des outils numériques, et l'analyse de données.

À la fin de la formation, vous aurez acquis les compétences nécessaires pour :

- Élaborer des offres promotionnelles ciblées et efficaces.
- Créer un calendrier de propositions commerciales en fonction des périodes clés.
- Concevoir et exécuter des campagnes de marketing digital.
- Rédiger du contenu engageant pour différents canaux (réseaux sociaux, email, site web).
- Utiliser des outils d'analyse pour mesurer la performance de vos actions marketing.
- Ajuster vos stratégies en fonction des données recueillies.

PUBLIC

Profil : Professionnels du marketing, chefs de produit, responsables commerciaux, et toute personne souhaitant renforcer ses compétences en marketing digital.

PRÉREQUIS

1. Connaissance de base en marketing : Avoir une compréhension générale des concepts de marketing.
2. Compétences informatiques : Être à l'aise avec l'utilisation d'un ordinateur et des outils numériques.
3. Intérêt pour le marketing digital : Curiosité pour les nouvelles tendances et outils en marketing.
4. Capacité à travailler en équipe : Être à l'aise pour collaborer sur des projets en groupe.
5. Notions de gestion de projet : Compréhension de base des principes de planification et d'organisation.

OUTILS ET MÉTHODOLOGIES D'ÉVALUATION

AVANT : Une analyse en amont est faite pour adapter la formation aux besoins réels du participant.

PENDANT : Un réveil pédagogique, chaque début de journée, propose un débriefing de la veille pour repérer les écarts éventuels. Si besoin, une formalisation viendra réguler les points soulevés.

Afin d'évaluer si les connaissances acquises pendant la formation sont correctement assimilées et faciliter la transférabilité sur le poste de travail, chaque stagiaire est évalué individuellement à l'aide :

- D'ateliers participatifs / mise en situation
- De mises en pratique
- Des sessions de questions-réponses

Un point en fin de journée de formation recueille les impressions des participants.

Une évaluation à la fin de la semaine validera votre niveau en sortie de formation : vous devrez justifier d'au moins 70% de bonnes réponses pour un avis favorable.

Un questionnaire d'évaluation à chaud en fin de formation mesurera votre satisfaction.

APRÈS : Nous reviendrons vers vous (1 mois après la formation) pour évaluer l'impact du dispositif de formation dans votre quotidien professionnel.

MOYENS D'ENCADREMENT DE LA FORMATION

HÉLIOS s'engage à adapter chaque formation aux besoins réels du stagiaire. L'animation est basée sur une pédagogie active avec des exercices pratiques et personnalisés, qui permettent l'ancrage en temps réel. Cette animation s'appuie sur une alternance d'exposés théoriques et pratiques.

Chaque étape de la formation se fait en privilégiant :

- ✓ Les échanges avec les participants
- ✓ des exercices pratiques pour une meilleure assimilation des données transmises.

Des supports pédagogiques sont remis par mail à chaque participant :

- Supports de cours utilisés pendant la semaine (PDF)
- Une salle de formation avec paperboard, vidéoprojecteur
- D'un intervenant spécialisé dans le métier du marketing

LIEU DE FORMATION

La formation est dispensée en présentiel en INTRA entreprise ou dans nos locaux situés au 8 rue de l'est à Boulogne Billancourt.

Cependant selon le nombre de candidats un local aménagé peut être loué à une autre adresse.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

- Le programme sera diffusé sur le site : helios-formations.com
- Inscription via une commande sur papier à en-tête de votre société ou via la signature du devis qui vous a été adressée par mail
- Si prise en charge par un OPCO : vous devez en faire la demande à votre OPCO un mois avant le démarrage de la session.

Toutes les inscriptions seront au préalable étudiées afin de déterminer la faisabilité de votre projet. Le démarrage de la formation est de 15 jours après la signature du contrat ou de la convention.

CONTACT

Nérimène BJIR : référente pédagogique, administrative et référente handicap

Adeline DAVIDE : Formatrice

ACCESSIBILITÉ

Si un bénéficiaire a des contraintes particulières liées à une situation de handicap, veuillez contacter au préalable le référent handicap afin que nous puissions dans la mesure du possible adapter l'action de formation et vous permettre de suivre celle-ci dans les meilleures conditions.

En intra-entreprise : il appartient au client de s'assurer que les locaux soient conformes et accessibles aux personnes en situation de handicap.

CONTENU DE LA FORMATION

Accueil, présentation du formateur et des stagiaires.

Présentation du programme, des objectifs et des méthodes utilisées.

Définition du cadre formatif

Positionnement

➤ Jour 1 : Introduction au Marketing et Création d'Offres Promotionnelles

Module 1 : Bases du Marketing et Conception de l'Offre – 3 heures

1. Introduction aux fondamentaux du marketing : segmentation, ciblage et positionnement.
2. Importance de la stratégie de marque et de la proposition de valeur.
3. Atelier : Conception d'une offre promotionnelle ciblée pour un produit ou service fictif.

Module 2 : Création d'un Calendrier de Propositions Commerciales – 3 heures

1. Analyse du parcours client et des périodes clés pour les offres promotionnelles.
2. Élaboration d'un calendrier de propositions commerciales en fonction des saisons et périodes d'achat.
3. Exercice pratique : Création d'un calendrier promotionnel personnalisé pour un cas d'entreprise.

➤ Jour 2 : Analyse du Marché et Marketing Digital

Module 3 : Analyse de Marché et Connaissance Client – 3 heures

1. Étude de marché : méthodes de collecte de données et analyse de la concurrence.
2. Création de personas pour une segmentation efficace des offres.
3. Exercice : Conception de personas et utilisation dans le ciblage marketing.

Module 4 : Marketing Digital et Choix des Canaux – 3 heures

Introduction aux principaux canaux digitaux : réseaux sociaux, SEO, SEA.

Choix des canaux en fonction des cibles et objectifs de campagne.

Atelier : Création d'une stratégie multicanal adaptée aux personas créés.

➤ Jour 3 : Création de Contenu et Gestion des Campagnes Promotionnelles

Module 5 : Création de Contenu pour Campagnes Promotionnelles – 3 heures

1. Conception de contenu engageant pour les promotions : rédaction, visuels, storytelling.
2. Choix des formats adaptés à chaque canal (posts, e-mails, publicités).
3. Exercice pratique : Rédaction et création de visuels pour une campagne sur les réseaux sociaux.

Module 6 : Exécution et Suivi des Campagnes – 3 heures

1. Élaboration d'un plan de diffusion pour les contenus promotionnels.
2. Suivi et optimisation de campagne grâce aux outils de marketing automation.
3. Cas pratique : Lancer et suivre une campagne promotionnelle avec différents canaux.

➤ Jour 4 : Email Marketing, CRM et Automatisation

Module 7 : Campagnes d'Email Marketing et Utilisation de CRM – 3 heures

1. Conception de messages personnalisés pour les campagnes d'e-mails.
2. Utilisation de CRM pour organiser les contacts et le suivi des prospects.
3. Exercice pratique : Création d'un scénario de suivi pour un client potentiel.

Module 8 : Automatisation et Scénarios de Relance – 3heures

1. Utilisation des outils de marketing automatique pour automatiser les relances et offres.
2. Scénarios de relance en fonction des comportements client (abandons de panier, visites).
4. Atelier pratique : Mise en place d'un scénario de relance automatique.

➤ Jour 5 : Analyse des Données Marketing et Évaluation des Compétences

Module 9 : Analyse des Données Marketing et Réajustement des Stratégies – 3 heures

1. Introduction aux indicateurs de performance marketing : ROI, CTR, taux de conversion.
2. Utilisation d'outils analytiques pour suivre les campagnes.
3. Exercice pratique : Analyse de données fictives pour réajuster la stratégie.

Module 10 : Évaluation des Compétences et Bilan de la Formation – 3 heures

1. Révision des concepts clés de chaque module.
2. Application des compétences acquises à travers des études de cas.
3. Évaluation finale des connaissances et compétences acquises.
4. Remise des attestations de formation aux participants ayant satisfait aux critères d'évaluation.

SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Questionnaire de positionnement, feuille d'émargement, d'exercices pratiques, des questionnaires, document d'évaluation de satisfaction à chaud et à froid (1 mois) attestation de formation, certificat de réalisation individualisé.

DATES

Nous consulter

HORAIRES DE FORMATION

De 9 heures à 17 heures