

## Marketing digital

**ECTS** : 3

**Volume horaire** : 24

### **Description du contenu de l'enseignement :**

#### 1. Comprendre la révolution numérique

Le marketing à l'ère numérique

L'économie numérique

Le e-consommateur

#### 2. Définir la stratégie digitale

Marché, concurrence, compétences, organisation

Proposition de valeur, mix-marketing

Business model

#### 3. Mettre en œuvre la stratégie digitale

Les acteurs de l'écosystème publicitaire

Créer du trafic vers son site, les leviers du e-marketing

Ergonomie, design, expérience client, parcours clients, cross-canal

Créer et gérer son site internet et mobile

Gérer les moyens de paiement

Fidéliser ses clients internautes

Gérer le cycle de vie client

#### 4. Le marketing des réseaux sociaux

Panorama des médias sociaux

Présence de l'entreprise sur les réseaux sociaux

Animer des campagnes sur les réseaux sociaux

#### 5. Le marketing mobile

L'équipement et les usages des consommateurs

Les stratégies publicitaires sur le mobile

Les applications stores

#### 6. Les tendances, les opportunités du digital

Le brand content, le storytelling, l'UGC

L'économie collaborative et participative

Les objets connectés, le big data

### **Compétence à acquérir :**

Ce cours a pour objectif de vous faire acquérir les bases du marketing de l'internet et de la communication sur le web. Les différentes techniques permettant de recruter et de fidéliser le e-consommateur seront étudiés.