

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.