

# Formation en Marketing et communication

## Digital

**Niveau** : Avancé

**Objectifs généraux de la formation** :

La maîtrise des grandes lignes du marketing opérationnel et du développement de la prospection Digitale.

Cette formation permettra au stagiaire :

- De distinguer les divers piliers du marketing
- De développer des stratégies de communication digitale selon cas concrets

**Public visé** :

Les chefs d'entreprises, gérants de PME, les responsables de communication.

**Prérequis** :

Pas de prérequis

**Modalités pédagogiques, technique et encadrement** :

- La formation sera assurée par un formateur expert dans son domaine
- Les stagiaires compléteront leur formation avec des cas pratiques concrets
- YANACOM met à disposition du matériel pédagogique :
  - Des ordinateurs/logiciels pour les stagiaires
  - Une connexion internet
  - Une liste d'exercices pratiques
  - Des documents en support de la formation

**Suivi et évaluations** :

- Le formateur suivra un programme détaillé de la formation avec des apports théoriques et pratiques
- Chaque point de l'itinéraire pédagogique est validé par un exercice
- La liste des cas pratiques, des exercices et l'ensemble de la documentation sont remis au stagiaire à l'issue de la formation
- Dans un souci de démarche qualité, toutes nos formations font l'objet d'une évaluation détaillée par les participants à la fin de chacune d'entre elles.

- A la fin de chacune de nos formations, une attestation est remise au stagiaire, mentionnant les objectifs de la formation, la nature et la durée de l'action et le résultat de l'évaluation des acquis.

**Durée et lieux :**

- 2 jours (soit 14 heures)
- Date à définir
- Lieux : 232 Rue beau de rochas 66000 Perpignan
- Possible à distance

**Tarif :**

- Formation individuelle dans nos locaux : 120€ HT/heure
- Formation en groupe (2 à 4 personnes) dans nos locaux : 100€ HT/heure et par stagiaire
- Pour des groupes plus importants en présentiel ou à distance, nous contacter pour un devis
- Modalités de paiement : 50% à la réservation, 50% deux semaines avant la formation

**Modalités d'inscription à la formation :**

- Soit par le formulaire de contact en ligne : <https://www.yanacom.fr/formation>
- Soit par mail sur : [formation@yanacom.fr](mailto:formation@yanacom.fr)

# Le programme de Formation Marketing et Communication Digitale

Nous débuterons la formation sur le Marketing, nous découvrirons par jour :

## Jour 1

### **Le Marketing MIX :**

1- Le produit

2- Le prix

3- La distribution

4- La communication

- **Les stratégies de communication :**

- Le BRAND MARKETING

- A- L'identité de Marque

- B- La définition des Personas

- B- Le positionnement de Marque

- C- Analyse des KPI

- Le CRM

- A- Marketing Automation

- B- La gestion des leads

- C- La gestion des Bases de Données

- La Community Management :

- A- La gestion des réseaux sociaux

- B- Optimisation des campagnes

- Le social Selling et la force de vente via réseaux sociaux

- La commercialisation et la gestion des dossiers clients

- Les relations publiques et relations Presse :

- A- Relation RP

- B- Relations Blogueurs

- C- Relations Presse

Nous construisons un cas concret par stagiaire et concluons la session

## Jour 2

Durant cette 2eme journée, nous continuerons de développer les stratégies de communication et nous développerons :

- **Les Campagnes Marketing :**

• L'Inbound Marketing :

A- Générer de l'audience : être un Media

A-1- Le contenu

B-2- Les newsletters, les liens vers les réseaux sociaux et événements offline

C-3- Site internet/référencement

D-4- Les campagnes Newsletters, phoning et réseaux sociaux

E-5- Le Marketing Automation et les outils CRM

B- Transformer les visiteurs en prospects

C- Transformer les prospects en clients

D- Transformer les clients en ambassadeurs

• L'Outbound Marketing :

A- L'achat d'espace pub

B- Fichiers mails, tél...

C- Opérations promotionnelles

D- Le Marketing direct

- **La prospection Digitale et le social selling :**

1- La prospection Digitale

2- Le social Selling

Nous suivrons la construisons d'un cas concret par stagiaire et concluons la session