



Marketing

ATELIER

Plus de 21 heures de conférences vidéo

Cette formation s'adresse à tous ceux qui souhaitent maîtriser les fondamentaux du marketing, que vous soyez débutant ou que vous cherchiez à approfondir vos connaissances.

Programme de formation sur le marketing - Durée : 3 jours

Ce programme inclut une introduction aux fondamentaux du marketing, ainsi que des modules spécifiques sur le marketing digital, les stratégies de contenu et l'analyse de données.

Jour 1 : Introduction aux fondamentaux du marketing

Matinée : Comprendre le marketing

09h00 - 10h00 : Présentation de la formation

- Objectifs de la formation
- Présentation des participants

10h00 - 11h30 : Les bases du marketing

- Définition et concepts clés du marketing (les 4P : Produit, Prix, Promotion, Place)
- Comprendre le marché, la concurrence et le comportement des consommateurs
- Étude de cas pratique

11h30 - 12h30 : Segmentation, ciblage et positionnement

- Techniques de segmentation du marché
- Définition des cibles et du positionnement
- Exemples concrets et exercices pratiques

Après-midi : Stratégies marketing et mix marketing

13h30 - 15h00 : Élaboration d'une stratégie marketing

- Analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)
- Objectifs marketing et indicateurs de performance (KPIs)
- Exercice pratique : élaboration d'une mini-stratégie marketing

15h00 - 16h30 : Le mix marketing

- Développement produit : cycle de vie, innovation
- Stratégies de prix et techniques de tarification
- Distribution et choix des canaux
- Promotion : publicité, relations publiques, ventes

16h30 - 17h00 : Atelier pratique

- Réflexion collective sur des cas réels de stratégie marketing

Jour 2 : Le marketing digital et la stratégie de contenu

Matinée : Introduction au marketing digital

09h00 - 10h30 : Comprendre le marketing digital

- Le paysage digital actuel et les tendances du marché
- Différences entre marketing traditionnel et digital
- Principaux leviers du marketing digital : SEO, SEA, réseaux sociaux, emailing

10h30 - 12h30 : Stratégie digitale

- Créer une stratégie digitale alignée avec les objectifs business
- Élaboration d'un plan de communication digitale
- Étude de cas : Analyse de campagnes digitales réussies

Après-midi : Stratégie de contenu

13h30 - 15h00 : Content marketing : la clé d'une présence en ligne

- L'importance du contenu dans le marketing digital
- Types de contenu (blog, vidéo, infographie, podcasts, etc.)

- Techniques pour créer du contenu engageant et utile
- Cas pratiques : brainstorming et création de contenu

15h00 - 16h30 : Publicité sur les réseaux sociaux

- Introduction aux principales plateformes (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, etc.)
- Création de publicités efficaces et ciblées
- Gestion de campagnes publicitaires (Facebook Ads, Instagram Ads, Google Ads)

16h30 - 17h00 : Atelier pratique

- Création d'une mini-campagne publicitaire sur les réseaux sociaux

Jour 3 : Analyse de données et optimisation des performances marketing

Matinée : Analyse des données marketing

09h00 - 10h30 : Introduction à la data marketing

- Importance des données dans la prise de décision marketing
- Collecte de données : outils et méthodes
- KPIs essentiels à suivre pour évaluer la performance marketing

10h30 - 12h30 : Analyse des performances et reporting

- Outils d'analyse : Google Analytics, tableaux de bord, rapports
- Interprétation des résultats et recommandations d'optimisation
- Atelier pratique : analyse d'un cas réel à partir de données marketing

Après-midi : Optimisation et tendances futures

13h30 - 15h00 : Optimisation des campagnes marketing

- A/B testing et optimisation des performances publicitaires
- Techniques d'amélioration continue (growth hacking)
- Atelier pratique : simulation d'une campagne optimisée

15h00 - 16h00 : Les tendances futures du marketing

- Marketing automation et IA
- Personnalisation à grande échelle
- Marketing omnicanal et nouvelles technologies (VR, AR)

16h00 - 17h00 : Conclusion et évaluation de la formation

- Retours sur la formation et questions
- Remise des certificats de participation

Objectifs du programme

- Acquérir une vision globale du marketing et de ses différentes composantes.
- Comprendre les stratégies et outils du marketing digital.
- Savoir créer, analyser et optimiser des campagnes marketing.
- Se tenir informé des dernières tendances et pratiques en marketing.

Méthodologie pédagogique

- Alternance entre apports théoriques, études de cas, et ateliers pratiques.
- Utilisation d'outils en ligne pour les exercices pratiques (Google Analytics, outils de création de contenu, plateformes publicitaires).
- Participation active des apprenants via des discussions et des travaux en groupe.

Ce programme est flexible et peut être ajusté en fonction des besoins spécifiques des participants.