

Opleiding : Digitale marketing, stand van de techniek en trends

optionele DiGiTT®-certificering op afstand
Synthese cursus - 2d - 14u00 - Ref. MKA
Prijs : 1720 € V.B.

Digitale marketing geeft vorm aan of past zich aan aan nieuwe consumentengewoonten gekoppeld aan digitale technologieën. Deze samenvattende cursus helpt u de recente ontwikkelingen te begrijpen en te anticiperen op toekomstige uitdagingen voor uw bedrijf. In het bijzonder zult u de belangrijkste trends op het gebied van reclame, het gebruik van gegevens, sociale media en mobiel bekijken.

Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ De verschillende segmenten van digitale marketing begrijpen
- ✓ Beheers de woordenschat van digitale marketing
- ✓ Een beter begrip krijgen van de ontwikkelingen in het wereldwijde ecosysteem van digitale marketing
- ✓ Inzicht in de uitdagingen van digitale marketing en hoe deze evolueert

Doelgroep

Bedrijfsleiders, managers, directeuren en hoofden communicatie, marketing, verkoop of e-commerce.

Voorafgaande vereisten

Kennis van web- en marketingprincipes.

Praktische modaliteiten

Leer methodes

Afwisselend theoretische bijdragen, praktische illustraties, case studies en demonstraties.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Bedrijfsleiders, managers, directeuren en hoofden communicatie, marketing, verkoop of e-commerce.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Kennis van web- en marketingprincipes.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vak kennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...
De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 De huidige staat van digitale marketing

- De reikwijdte van digitale marketing: definities en uitleg.
- De drie kenmerken van digitale marketing: interactiviteit, directheid en targeting.
- De evolutie van digitale marketing in cijfers.
- Digitale marketing in Frankrijk en wereldwijd.
- Reclamehefbomen: contentmarketing, displaymarketing, sociale marketing, enz.
- Directe marketinghefbomen: zoekmarketing, prestatie marketing...
- Digitale marketing versus traditionele marketing, of hoe digitaal grenzen heeft doorbroken.
- Reclame en CRM: retargeting, emailing, nieuwsbrieven, enz.
- De gegevensrevolutie.

2 De toekomst van digitale reclame

- Digitaal, het toekomstige nummer één advertentiemedium.
- De verschillende bedrijfsmodellen voor digitale reclame.
- Gratis inhoud en reclame: het Google/Facebook-model.
- Pay-per-view inhoud zonder reclame: het Netflix-model.
- Beeldschermreclame verliest terrein.
- De online advertentiemarkt: organisatie en werking.
- De opkomst van opbrengstbeheer.
- De komst van adblocks.
- De nieuwe KPI's van uitgevers en de opkomst van Lean.
- De essentiële evolutie van advertentieformaten: van banners tot Native Advertising en video.
- Gegevens of het nieuwe paradigma in digitale reclame.
- Targeting met behulp van persoonlijke gegevens: cookies versus social login.
- Programmatistische marketing: hoe het werkt, de krachten die...

3 De rol van sociale media

- De overgang van Web naar Web 3.0.
- Sociale media als de nieuwe homepages van het web.
- Facebook: een veelzijdig platform met meerdere diensten.
- Facebooks plannen en vooruitzichten voor de toekomst.
- Andere sociale netwerken en hun specifieke kenmerken.
- Focus op Google en het falen van zijn [[sociaal]] beleid.
- Focus op LinkedIn en het B2B nichebeleid.

4 De evolutie van webanalyse

- De basisprincipes van webanalyse: User Centric en Site Centric.
- Een recente heroverweging van KPI's: van "Unieke bezoeker" of "Pagina met advertentie" naar het begrip Viewability.
- Een strijd om te overleven: naar een meer gestructureerde, gezondere markt.
- Richt je op het Amerikaanse voorbeeld.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

5 Gegevens en de CRM van de toekomst

- Nieuwe customer journeys integreren in een marketingstrategie.
- De uitdagingen van multichannel.
- Focus op Oracle's "Retail Without Limits" onderzoek.
- Het klanttraject personaliseren.
- Rijden naar de winkel.
- Klik & Verzamel.
- Het DMP (Data Management Platform), een essentieel hulpmiddel voor marketeers.
- De overgang van Big Data naar Smart Data.
- 1st Party, 2nd Party en 3rd Party DMP's.
- De opkomst van voorspellende marketing.
- Verbonden objecten en digitale marketing.
- De immense mogelijkheden van Data.

6 Mobiel: het "apparaat" van morgen

- Gebruik neemt toe.
- De ontwikkeling van mobiele reclame.
- De overgang van "mobiel 1e" naar "alleen mobiel".
- De ergonomie van mobiele apps en sites.
- Mobiel adverteren.
- Zoekmachineoptimalisatie: ASO (App Store Optimalisatie).
- De verschillende advertentieformaten.
- De krachten die aan het werk zijn: advertentienetwerken, bureaus, programmatic marketingspecialisten.
- Kerncijfers en prognoses.

7 Verkeer genereren

- SMS en pushmeldingen.
- Click & Collect en Showrooming.
- Focus op Darty: de doelstelling van personalisatie.
- De ontwikkeling van Black Friday.
- Beacons: een experiment in het genereren van winkelverkeer.
- Contactloos betalen.
- Op weg naar ZEC (Zero Effort Commerce).

8 De toekomst van digitale marketing

- Een strijd tussen de mobiele giganten.
- De "advertentie]-strategieën van Google en Facebook.
- De "product/platform" strategieën van Apple en Microsoft.

Opties

: 190€ HT

DiGiTT® certificering is optioneel wanneer je je inschrijft voor deze cursus en bestaat uit 3 stappen: het maken van een Diag® voorafgaand aan de cursus, toegang tot een digitale bibliotheek om de concepten en begrippen voor elke digitale vaardigheid te leren en vervolgens het maken van het certificeringsexamen. Dit bestaat uit een test die beschikbaar is in het Engels en Frans. Dit bestaat uit een test van 90 minuten die beschikbaar is in het Engels en Frans. Het resultaat certificeert uw vaardigheidsniveau op 1000 punten (beginner, gemiddeld, gevorderd, expert). Het volgen van deze training alleen is niet voldoende om een maximale score op het examen te garanderen. Het examen kan worden gepland en online worden afgelegd binnen 4 weken na aanvang van je sessie. retourdelignechariots

De certificeringsoptie wordt aangeboden in de vorm van een voucher of een uitnodiging waarmee u na afloop van de opleiding het examen kunt afleggen.