

Digitale marketing, implementatiestrategieën optionele DiGiTT®-certificering op afstand

Synthèsecursus van 2 dags - 14h

Ref : MKD - Prijs 2026 : € 1 590 excl. BTW

Het internet verandert de gewoonten van consumenten en bedrijven moeten zich aan hun nieuwe gedrag aanpassen. In deze samenvattende cursus kijken we naar strategische en operationele aspecten, om te begrijpen hoe u de belangrijkste bouwstenen van een digitale marketingstrategie kunt implementeren.

PEDAGOGISCHE DOELSTELLINGEN

Na afloop van de opleiding kan de cursist:

De strategische, organisatorische en technologische uitdagingen van het internet begrijpen

Een globale en gestructureerde aanpak van digitale marketing verwerven

Bekend zijn met de belangrijkste tools die gebruikt worden om een digitale strategie te implementeren

Leer de basisprincipes van de belangrijkste digitale hefboomen

Identificeer de nieuwe uitdagingen in verband met Data

De belangrijkste indicatoren kennen voor het beheren van uw digitale strategie

CERTIFICERING

Registratie voor de DiGiTT® beoordeling en certificering is inbegrepen wanneer u zich inschrijft voor de cursus. De certificering bestaat uit een 90 minuten durende test. Het resultaat certificeert uw vaardigheidsniveau uit 1000 punten. Alleen het volgen van de training is niet voldoende om een maximale score te garanderen. Het examen wordt gepland en online afgenomen binnen 4 weken na aanvang van uw sessie.

HET PROGRAMMA

laatste update: 02/2025

1) De impact van digitaal voor bedrijven begrijpen

- Leer meer over de vier fasen in de evolutie van digitale marketing: van zoekmachines tot het Internet of Things...
- Identificeer hoe technologie de gewoonten van consumenten ingrijpend verandert.
- Analyse van de Gartner Hype Cycle.
- Begrijp de noodzakelijke transformatie van bedrijven in het digitale tijdperk en de impact op marketing.
- McKinsey neemt de zes pijlers van digitale transformatie onder de loep.

2) Digitaal integreren in marketingstrategieën

- Digitaal in uw marketing-/communicatiestrategie integreren.
- Ontdek de BTC-methodologie: van de audit tot de actieplannen voor de verschillende contactpunten.
- Identificeer de uitdagingen van digitaal voor merken en het belang om Digital Friendly te worden.
- Het begrip merkplatform in het digitale tijdperk begrijpen.
- Van blootstelling naar verbintenis.
- Implementeer een geïntegreerd actieplan en identificeer complementariteiten met traditionele contactpunten.
- Voorbeelden en succesverhalen van digitale integratie.

DEELNEMERS

Bedrijfsdirecteuren, managers, directeuren en hoofden van communicatie, marketing of e-commerce, verkoopmanagers.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Geen speciale kennis vereist.

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 vakken 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.

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.

3) Ontdek hoe digitale marketing evolueert in het tijdperk van Data

- Van e-mailen naar een relatieprogramma via meerdere kanalen.
- Ontdek marketingautomatisering en de nieuwe scenariomogelijkheden.
- De verschillende soorten Gegevens begrijpen die beschikbaar zijn voor bedrijven.
- Maak onderscheid tussen E-CRM, CRM, Social CRM, Open Data, 1st party, 2nd party, 3rd party...
- De revolutie in online reclame begrijpen: van mediaplanning tot doelgroepplanning en programmatisch adverteren.
- Begrijp de veranderende aankooppatronen en de nieuwe mogelijkheden voor marketingtargeting.
- Organisatie om de nieuwe uitdagingen en kansen van Data for digital aan te gaan.
- Gebruik een Data Management Platform (DMP) of Customer Data Platform (CDP).
- De technische, zakelijke en juridische aspecten van deze platforms begrijpen.

4) Een effectieve website opzetten

- Beheers de concepten die komen kijken bij het definiëren en bouwen van een website: persona's, UX-ontwerp, ontwikkelingstaal, enz.
- Inzicht in de impact van mobiel gebruik op websites.
- Maak onderscheid tussen mobile first, mobile only, responsive site en mobiele applicatie.
- Bepaal de relevante indicatoren voor het bewaken en sturen van de prestaties van uw site.
- Identificeer de hulpmiddelen voor het verzamelen van informatie en geef betekenis aan de indicatoren.
- Van rapportage naar siteoptimalisatie.
- Optimaliseer de klantervaring op uw site met behulp van A/B-testprogramma's, personalisatietools, enquêtes, enz.

5) Uw verwijzingen verbeteren

- De basis van SEO begrijpen.
- Begrijpen hoe het algoritme van Google werkt.
- Leer meer over zoekmachineoptimalisatietechnieken: codering, relevantie van inhoud, netlinking, enz.
- Begrijpen hoe betaald zoeken werkt.
- Begrijpen hoe het Google Adwords-platform werkt: biedingen instellen, resultaten weergeven, enz.
- Leer meer over de verschillende targetingopties die beschikbaar zijn in Google Adwords: geografisch, tijdstip, retargeting, enz.
- Begrijp de aangeboden functies: oproep tot actie, winkelbezoek, enz.
- Identificeer de complementariteit tussen natuurlijke en betaalde zoekopdrachten.

6) Het gebruik van sociale media optimaliseren

- Ontdek de nieuwste trends in sociale media en netwerken.
- Een strategie voor netwerken aanwezigheid implementeren: welke sociale netwerken kiezen en welke inhoud produceren?
- Ontwikkel relevante gespreksschema's.
- Uw sociale netwerken beheren en aansturen: de belangrijkste tools die u moet kennen.
- Voorbeelden en best practices van marketingstrategieën voor sociale netwerken.

DATA

Neem contact met ons op