

Mesurer la performance de sa communication digitale



Objectifs de la formation

Diffuser le bon message, au bon endroit, au bon moment... le Data Marketing répond à la question du bon moment. L'exploitation de toutes les sources de données Marketing permet de segmenter les audiences suivant les problématiques.



A qui s'adresse cette formation

- Responsable de communication institutionnelle.
- Responsable marketing produit, marketing client.



Les plus

- + Une couverture complète des thèmes de la communication digitale
- + Un intervenant très expérimenté
- + Une formation adaptée au secteur de la santé



Informations pratiques

- Durée de chaque module : 6 heures
- Formation en présentiel

Les fondamentaux

thèmes abordés

- ✓ Qu'est-ce que le Data Marketing?
- ✓ Les prérequis technologiques
- ✓ Quels sont les modèles d'analyse ?
- ✓ Pour quels types d'activation ?

1

Le traitement des données

thèmes abordés

- ✓ Collecte de la Data
- ✓ Traitement de la Data
- ✓ Analyse de la Data
- ✓ Activation de la Data

2

Mesurer la performance

thèmes abordés

- ✓ Comment définir les indicateurs de performance ?
- ✓ Quels sont les modèles d'analyse ?
- ✓ Focus Analyse Cibles Consommateurs / Clients
- ✓ Les sources de données digitales, comment les utiliser ?

3

Formation des collaborateurs

thèmes abordés

- ✓ Évaluation des compétences
- ✓ Plan de formation
- ✓ Montée en compétence
- ✓ Transfert de compétences

4