

2021-2022

BÂTIR UNE STRATÉGIE MARKETING DIGITAL PLUS RESPONSABLE

NOUVEAU PROGRAMME

Les indicateurs de résultats ne sont pas encore accessibles. Nous contacter pour toute information complémentaire.



*Document remis au stagiaire avant son inscription
(Article L 6353-8 du Code du Travail)*

BÂTIR UNE STRATÉGIE MARKETING DIGITALE PLUS RESPONSABLE

OBJECTIFS (professionnels)

Cette session de formation a pour objectif de donner les clés d'un marketing digital plus responsable.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable :

- ✓ D'identifier les enjeux et les impacts environnementaux et sociétaux du Marketing Digital
- ✓ D'intégrer la notion de Responsabilité dans une stratégie de Marketing Digital
- ✓ D'envisager un plan d'action et des axes d'amélioration sur les leviers du Marketing Digital

CATÉGORIE ET BUT

La catégorie prévue à l'article L.6313-1 est : Action de formation

Cette action (article L.6313-3) a pour but de favoriser l'adaptation des travailleurs à leur poste de travail, à l'évolution des emplois ainsi que leur maintien dans l'emploi et de participer au développement de leurs compétences en lien ou non avec leur poste de travail.

PUBLIC

- ✓ Le public concerné est :
- ✓ Responsable Marketing, Responsable Webmarketing, Responsable Média Digital,
- ✓ Directeur-trice Digital, Directeur-trice E-commerce,
- ✓ Responsable social media, Responsable Média, Responsable Acquisition,
- ✓ UX designer

PRÉ-REQUIS

Les conditions d'accès sont :

- Etre impliqué dans la stratégie marketing globale d'entreprise

DURÉE

Cette formation se déroule en 7 heures sur 1 jour.

Les dates et horaires sont précisés dans la convention ou le contrat de formation.

Nombre minimum de participants : 2

Nombre maximum de participants : 8

M.I.R Conseil & Formation

37, rue des Mathurins - 75008 Paris

879 140 606 00028 – SAS au capital de 1000 Euros – TVA intracommunautaire : FR75879140606

Déclaration d'activité de formation enregistrée sous le n° 117 560 07 075 du préfet de région Ile de France

Version du 28/10/2021

TARIF

Cette formation est dispensée pour un coût par personne de 650 Euros HT soit 780 Euros TTC (taux de tva 20%) en inter-entreprises ou un coût par session de 1 250 Euros HT soit 1 500 Euros TTC (taux de TVA 20%) en intra entreprise (8 stagiaires maximum).

MODALITÉS ET DELAIS D'ACCÈS

L'inscription est réputée acquise lorsque : le dossier d'inscription est complet et le financement validé (prise en charge acceptée ou paiement réalisé pour les individuels, devis signé pour les entreprises)

Les délais d'accès à l'action sont : Les inscriptions sont closes 3 jours ouvrés avant le début de la session.

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

Méthodes et outils pédagogiques

Méthodes pédagogiques : La formation alterne les apports théoriques soutenus par des exemples et démonstrations d'outils ainsi qu'une séance de questions pratiques et évocations de situations diverses rencontrées en entreprise.

- **Outils pédagogiques :** Fiches pratiques, vidéos, outils de simulation et d'audit, exercices interactifs
- **Supports pédagogiques :** Présentation type PPT format numérique, manuel complémentaire, boîte à outils maison
- **Prise en compte de besoins spécifiques :** Nous adapterons nos conditions d'accueil, notre méthode et nos supports en fonction des besoins communiqués. En fonction de ces derniers, nous nous rapprocherons de prestataires d'appui spécifiques. Merci de contacter notre référent via cette adresse : info@mir-cf.com

Éléments matériels de la formation

- **Salle de formation :** elle est équipée d'un rétroprojecteur et d'une machine à café située à proximité. Toutes les conditions sanitaires sont respectées conformément au protocole de la profession. (location ponctuelle de salles de formation auprès de <https://www.multiburo.com/> site de Gare de Lyon)
- **Equipements divers mis à disposition :** l'utilisation d'un ordinateur reste à la discrétion du stagiaire
- **Documentation :** le formateur s'appuiera sur un diaporama diffusé sur vidéoprojecteur, des ouvrages et rapports seront disponibles à la lecture pendant la formation
- **Cas des formations à distance :**

Les personnes chargées d'assister en amont le bénéficiaire de la formation sont :

En priorité : **Clarisse Popower**, formateur, joignable par mail (cpopower@green-makers.fr) et par téléphone ([numéro indiqué dans la convocation](#))

Dans un deuxième temps, si nécessaire : **Céline Ferré**, dirigeante du centre de formation, joignable par mail (celine.ferre@mir-cf.com) et par téléphone ([numéro indiqué dans la convocation](#)).

L'adresse de connexion sera communiquée quelques jours avant la session de formation afin qu'un essai technique puisse être réalisé par les stagiaires. En cas de difficultés techniques, les interlocutrices susmentionnées conviendront d'un rendez-vous afin de résoudre les problèmes dans les meilleurs délais

Compétences des formateurs

Présidente et fondatrice de Green Makers (Cabinet de conseil en Responsabilité Numérique), Clarisse intervient depuis 10 ans aux côtés d'agences, régies et annonceurs comme conseil et formatrice pour les accompagner dans leurs transformations numériques responsables.

CONTENU DE LA FORMATION

QCM d'entrée (5 min)

Introduction/présentation (10min)

I. Comprendre les enjeux du marketing digital responsable (2h)

L'entreprise responsable (20min)

De la Communication responsable au Marketing Digital Responsable (50min)

- Périmètre du marketing digital (20min)
- Les enjeux de communication responsable (15min)
- Message et vecteur indissociable (15min)

Les dérives du marketing digital (30min)

Les enjeux de responsabilité (20min)

II. Répondre aux enjeux de la transformation digitale dans un cadre RNE (1h00)

Les clés de la transformation digitale (20min)

Être remarquable et remarqué dans un univers ultra-concurrentiel (20min)

Définir des nouvelles pratiques & des alternatives (20min)

III. Combiner performance et responsabilité dans sa stratégie marketing Digital (1h00)

Mesurer les impacts environnementaux et sociétaux de ses activités Owned et Paid Média (30min)

Identifier les outils et référentiel de bonnes pratiques (30min)

Cas pratique : Mesurer l'impact environnemental d'un site web (15 min)

IV. Réinventer son marketing digital plus responsable (2h)

Apprendre à utiliser de manière responsable les leviers webmarketing (30min)

Définir une approche People / Planet / Prosperity de sa stratégie (30min)

Créer/Adapter sa feuille de route marketing digital (1h)

Conclusion

Évaluation : QCM de sortie

Pause de 15 minutes le matin à 11 h – l'après-midi à 15 h 15

SUIVI ET ÉVALUATION

Exécution de l'action

Les moyens permettant de suivre l'exécution de l'action sont :

Feuilles de présence émargées par les stagiaires et le formateur

Évaluation des acquis en fin de session

Modalités d'évaluation des résultats (ou d'acquisition des compétences)

Les moyens mis en place pour déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés dans les objectifs sont :

- Questions orales
- Questions écrites (QCM...)
- Mise en situation
- Fiches d'évaluation
- Dossiers à réaliser
- Entretien avec un jury professionnel

INTERVENANT

Clarisse (Présidente et fondatrice de Green Makers, Cabinet de conseil en Responsabilité Numérique) construit depuis plus de 10 ans les stratégies de publicité digitales de groupes français et internationaux. Elle prône un marketing digital plus responsable et intervient aux côtés d'agences, régies et annonceurs comme conseil et formatrice pour les accompagner dans leurs transformations numériques responsables.

COMMENT SE PRÉPARER À LA FORMATION ?

Il est conseillé de lire des articles ou ouvrages sur le sujet avant la formation ainsi que de lire attentivement le mail de convocation, afin de répondre le plus précisément possible au questionnaire concernant vos attentes.