

FORMATION

DEFINIR ET PILOTER SES KPI

Emma, 32 ans
Chef de projet numérique
depuis 10 ans

Souhaite renforcer
ses compétences
en marketing digital

OBJECTIFS :

Etre capable de :

- Mettre en place les outils de pilotage et d'évaluation du plan d'actions web marketing
- Les analyser
- Adapter le plan d'actions web marketing
- Evaluer sa e-réputation

PUBLIC

Dirigeants, professionnels de la communication, professionnels du marketing ou tout salarié amené à piloter la stratégie marketing

PRÉ-REQUIS

Culture digitale : appétences et intérêt pour le numérique ;
Bonne maîtrise du pack office.

MODALITÉS D'ACCÈS

Bulletin d'inscription

DATES 2020

Le 03 décembre

TARIF

600 € (par participant nets de taxe)

Accessibilité pour des personnes
en situation de handicap

CONTENU DE LA FORMATION

Théorie :

Connaître les différents KPI (indicateurs clés) associés au web marketing
Choisir et fixer ses KPI en fonction des objectifs de sa stratégie webmarketing
Construire son tableau de suivi de ses indicateurs
Maîtriser les outils et plateforme de mesures et de suivi d'audience

Exercices pratiques :

Construire un premier tableau de bord
Travailler sur le choix des KPI
Mesurer les KPI à l'instant T

MÉTHODES MOBILISÉES



MOBILITÉS PÉDAGOGIQUES

Pédagogie mixant théorie et exercices pratiques sur la base de cas concrets : travail en groupe, simulation et études de cas

MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

Présentation power point
Paperboard

MODALITÉS D'ÉVALUATION



Test d'évaluation en amont et en aval de la formation
Evaluation à froid (6 mois après la fin de la formation)