





Programme de la formation**DIGITALISER SA RELATION CLIENTS**

-  En groupe sur site
-  21 heures sur 3 jour(s)
-  Indépendant et dirigeant · De 6 à 15 participants
-  750 € Net de taxe par participant

Profil des participants

porteurs de projet

entrepreneurs individuels

gérants de TPE et PME

Objectifs

Cette action de formation a pour objectif de :

- Renforcer sa notoriété et sa visibilité sur le web
- Identifier et prioriser les leviers webmarketing efficaces pour atteindre sa cible
- Être en mesure d'identifier les actions digitales prioritaires à mettre en place
- Trouver son organisation pour renforcer ses actions de marketing digital

Aptitudes et compétences visées / attestées

Les compétences professionnelles visées à l'issue de cette formation sont de :

- Optimiser son positionnement marketing digital
- Savoir mettre en place et mesurer sa satisfaction et fidélisation clients
- Gérer son e-réputation

Contenu**I - MARKETING DIGITAL**

- La matrice SWOT : travail individuel et partage collectif d'optimisation
- L'arbre à produits/services idéal : orienté clients sur le web
- Savoir à qui on s'adresse (persona)
- Segmentation et ciblage : quelles différences ?
- Les outils digitaux pour segmenter
- Optimiser son positionnement marketing digital
- Plan d'actions marketing digital et commercial pour les 6 mois à venir : comment le construire ?
- Identifier les objectifs clairs et précis (SMART)
- Mettre en place les actions digitales prioritaires

II - RELATIONS CLIENTS SUR LE WEB

- Tunnel de vente et Parcours clients : déterminer les optimisations à mettre en place

- Expérience clients : quelles valeurs transmettre ?
- Identifier sa valeur différenciante (Le Cercle d'Or de Simon Sinek)
- Satisfaction et fidélisation clients : comment faire ?

III - COMMUNICATION DIGITALE

- Les 3 grands types de communication
- Les canaux de communication aujourd'hui : état des lieux de ses propres canaux
- S'approprier la règle des 3F pour optimiser son plan de communication
- Fiche entreprise Google
- La communication sur les réseaux sociaux : focus sur Facebook, Instagram et LinkedIn
- Un site web : comment et pourquoi faire ?
- Gérer son e-réputation
- Le SEO ou référencement naturel – Le SEA ou référencement payant
- Les autres leviers digitaux : emailing et newsletter

Référent handicap

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : (*mise en place de compensation...*)

Contact : Référent handicap 02 51 84 95 55 / 06 28 70 45 28 / nadiahadjeri@cadresenmission.com

Évaluations

12 inscriptions depuis le 09/01/2024

Taux d'acquisition des compétences :  **83 %** (12 évaluations)

Satisfaction des apprenants :  **4.4/5** (12 évaluations)