

MARKETING MOBILE PERFORMANT

Les clés pour concevoir et mettre en place une stratégie mobile performante pour votre entreprise

1 JOUR, 7 HEURES

CROSS-CANAL

CODE : LDI02

Objectifs de la formation

- Savoir comment intégrer ce nouveau canal dans sa stratégie
- Connaître les interactions entre le Marketing Mobile et les autres canaux
- Pouvoir mesurer le ROI des actions menées

Animée par

- Professionnel(s) du secteur

Public concernés

- Responsable marketing
- Responsable E-commerce
- Responsable relation client
- Responsable ventes
- Responsable enseigne
- Responsable marques
- Chef de produits

Dates

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Accueil des participants

État des lieux du mobile et de ses enjeux

- Comprendre le rôle grandissant du mobile et les enjeux marketing associés
- Connaître les différents parcs et types de terminaux et le jargon mobile
- Décrypter les dernières évolutions : profils des mobinautes, nouveaux usages, types d'achats

Intégrer le mobile dans la stratégie globale de l'entreprise

- Comprendre les différents objectifs d'une stratégie mobile : communiquer, vendre ou fidéliser
- Mobile CRM : mettre en place une communication ciblée et personnalisée avec vos utilisateurs
- Développer ses ventes : sur mobile, en e-commerce, en espace physique
- Le bon message, à la bonne personne, au bon moment et

Prérequis

- Aucun pré-requis n'est nécessaire

Modalités pédagogiques

- Un questionnaire préalable sera envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques, et sera transmis au(x) formateur(s) avant la formation
- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants
- Les formations sont déroulées en présentiel ou en classe virtuelle et étayées, chaque fois que cela est pertinent, d'études de cas et de mise en pratique ou en situation
- Un formulaire d'évaluation du formateur et du déroulé du programme suivi sera proposé aux participants à la fin du stage

Tarifs

- Tarif général _____ 995,00 €HT

au bon endroit grâce à la géolocalisation et au « géofencing »

- Comment le mobile s'intègre dans les campagnes cross-canal

CAS PRATIQUE

Présentation de stratégies performantes de grands acteurs français et internationaux

Déployer sa stratégie : les étapes clés à suivre

- Savoir choisir : s'y retrouver dans les solutions envisageables : appli vs site mobile, Mobile vs tablettes, iOS vs Android, responsive design... Avantages et inconvénients
- Réaliser un cahier des charges : enjeux techniques, enjeux de contenus
- Étapes clés : choisir un prestataire, définir un budget, quels délais, les ressources nécessaires

CAS PRATIQUE

Dans l'univers de la grande consommation et de la distribution : bonnes pratiques et erreurs à éviter

Générer du trafic sur son application m-commerce

- Comment promouvoir sa solution mobile : méthodes, outils, bonnes pratiques pour créer du trafic sur son application
- Faire de la publicité sur mobile, les différentes options : le pull, le search, le push : les coûts, quels ROI
- Comment créer un environnement qui encourage l'achat sur mobile
- Identifier les outils de mesure spécifiques au mobile

Fin de journée
