MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL : TECHNIQUES, MARKETING ET SMART DATA

Maitriser les compétences clés Digital nécessaires pour concevoir et mettre en place une stratégie digitale efficace et exploiter les opportunités offertes par les nouvelles technologies.

Fondamental Présentiel À distance 3 jours

Prix : € HT

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maitriser les compétences clés Digital nécessaires pour concevoir et mettre en place une stratégie digitale efficace et exploiter les opportunités offertes par les nouvelles technologies

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Pour qui :

- Responsables marketing
- Chefs de produits

Prérequis :

- Aucun

PROGRAMME

Contenu (progression pédagogique) : 1. Le numérique : un état des lieux

- Le Big data, l'Intelligence Artificielle et l'Internet des Objets : les trois éléments indissociables
- La blockchain : une révolution dans les usages (cryptoactifs, traçabilité, smart contracts, NFT)
- Le rôle des algorithmes : principes et utilisations
- Le Web (surface web, web profond, dark web)
- Le cloud (SaaS, StaaS, PaaS, IaaS, etc.)
- L'architecture des serveurs et les protocoles (web dynamique, frameworks, IP, http, SSL)

2. Les composants techniques d'une page web

- Les langages de programmation (HTML, XML, CSS, JavaScript, Java, PHP, Python, Angular et Node JS)
- Les règles et les contraintes techniques du W3C
- La structure d'une page web (head, body), les balises HTML
- La stratégie mobile-first : Responsive/Adaptive Design, Progressive Web App
- Les CMS : classiques, headless, hybrides
- Organisation d'un site web : la structure, l'organisation des fichiers, les formats digitaux

3. Le marketing numérique à l'ère du smart data

- Les bases de données structurées et non structurées (SQL, noSQL)
- La stratégie de données et l'intelligence d'affaires (datawarehouse, datalake, datamining)
- Le marketing axé sur les données (inbound et outbound marketing)
- L'utilisation des chatbots et des assistants vocaux personnels
- Metaverse et marketing numérique : vers une nouvelle expérience client

4. Les outils du marketing numérique

- Identification des stratégies et des outils de référencement (SEO, SEA, SEM).
- Anticiper la fin des cookies tiers
- Maîtriser le vocabulaire statistique (Google Analytics, Matomo,…)
- Automatisation des actions marketing avec le marketing automation
- Comprendre le rôle des plateformes : CRM, DMP
- Passer à l'ère du marketing programmatique
- Exploiter les données avec la datavisualisation