

LE MARKETING DIGITAL

Analyser ses campagnes marketing

REF : MC2020011

Le + :

Certificat d'attestation de formation après réussite de l'examen en ligne

Objectifs :

- Utiliser les bons outils d'analyse
- Réaliser des tableaux de bord concis et efficaces
- Acquérir une meilleure connaissance des actions marketing qui fonctionnent
- Adapter sa stratégie marketing aux résultats



Pré-requis : Aucun pré-requis nécessaire



Pour qui ? : Equipes CRM, Chefs de projet marketing, Chefs de produit, responsables communication

Durée : 2 jours (14 heures)

Lieu : Dans nos locaux (cf planning)
Dans vos locaux (> 4 personnes)



Formations associées :

- Créer son plan marketing
- Mener des études marketing
- Créer et faire vivre une offre
- L'omnicanal

CONTENU

- Analyser les sources de recueil des données (questionnaires)
- Revoir les objectifs et KPI définis au début de l'action marketing
- Sélectionner les informations
- Trier et classer les données
- Analyser sa matrice SWOT
- Créer un tableau de bord/ dashboard
- Choisir les bons titres et les bonnes légendes
- Créer un reporting
- Créer un bilan
- Identifier les réussites et défaites
- Analyser les écarts avec les objectifs fixés
- Trouver des axes d'amélioration
- Ecrire un bilan et le communiquer
- Cas pratiques