

Rendre son marketing digital plus responsable

Cours Pratique de 2 jours - 14h

Réf : NUR - Prix 2024 : 1 590CHF HT

La transformation numérique bouleverse les modèles de consommation et fait naître des usages numériques aux réels impacts sociétaux et écologiques. Les métiers du marketing digital ont un vrai rôle à jouer face aux enjeux économiques, sociétaux et environnementaux.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Identifier les enjeux et les impacts environnementaux et sociétaux du marketing digital

Intégrer la notion de responsabilité dans une stratégie de marketing digital

Envisager un plan d'action et des axes d'amélioration sur les leviers du marketing digital

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes pédagogiques actives et participatives.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 01/2022

1) Maîtriser les notions de développement durable et de responsabilité sociétale des entreprises

- Déterminer les objectifs pour passer du développement durable à la RSE.
- Maîtriser les 3 piliers de la RSE.
- La RSE : un enjeu de compétitivité.
- La RSE : un enjeu d'image de marque et de marque employeur.

Réflexion collective : Échange d'expérience entre les participants et le formateur.

2) Intégrer la notion de responsabilité dans un contexte de transformation numérique des organisations

- La responsabilité numérique au cœur de la transformation des organisations.
- Les enjeux, impacts environnementaux et sociétaux du numérique.
- Les principes et méthodologies de la responsabilité numérique des entreprises (RNE).
- Les bénéfices d'une démarche numérique responsable, le cadre réglementaire, les initiatives et les labels.

Exemple : Échange sur des exemples de réalisations existantes.

3) Définir une stratégie marketing digital responsable

- Identifier les enjeux et impacts environnementaux et sociétaux du marketing digital.
- Différencier l'émergence du marketing for Good, de la Techforgood et du Green IT.
- Éviter le piège du Good/Green washing.

Etude de cas : Identifier les cas de Good et Greenwashing.

4) Diagnostiquer l'impact environnemental et sociétal de sa stratégie marketing digital

- Mesurer les enjeux environnementaux de son activité Owned et Paid Média.
- Diagnostiquer les impacts sociétaux de son activité Owned et Paid Média.

Etude de cas : Mesurer l'impact environnemental d'un site web.

PARTICIPANTS

Responsables (web) marketing, responsables média digital, directeurs e-commerce, responsables social media, responsables média, responsable acquisition, UX designer, web designer.

PRÉREQUIS

Connaissance des fondamentaux du web et du marketing.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

5) Combiner performances et responsabilité dans sa stratégie marketing digital

- Se référer aux outils et référentiel de bonnes pratiques du Owned et Paid Média.
- Activer des leviers Owned et Paid Média performants et responsables.
- Travailler sur les leviers Owned Média Responsable : éco-conception, accessibilité, privacy...
- Travailler sur les leviers Paid Média Responsable : le display, la e-publicité responsable, la vidéo.
- Repenser sa stratégie data et développer sa stratégie de contenu.
- Développer une stratégie CRM raisonnée et travailler sa e-réputation.

Exercice : Réalisation de quiz sur le marketing digital responsable.

6) Réinventer un marketing digital plus responsable

- Rédiger les axes d'amélioration d'une stratégie marketing digital plus responsable.

Travaux pratiques : Construire une stratégie marketing digital responsable et adaptée à son entreprise.

LES DATES

Nous contacter