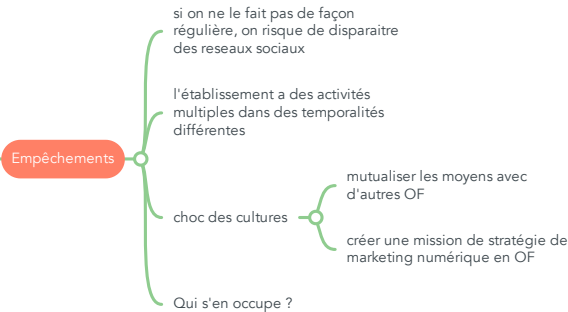
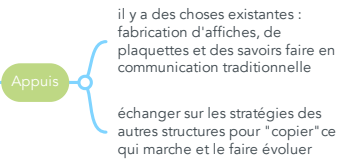
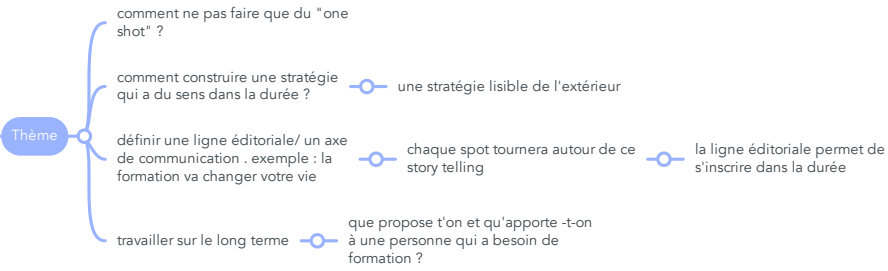


Comment construire une stratégie de marketing digital dans la durée ? (Groupe 1)



Comment construire une stratégie de marketing digital dans la durée ? (Groupe 1)

1. Thème

1.1. comment ne pas faire que du "one shot" ?

1.2. comment construire une stratégie qui a du sens dans la durée ?

1.2.1. une stratégie lisible de l'extérieur

1.3. définir une ligne éditoriale/ un axe de communication . exemple : la formation va changer votre vie

1.3.1. chaque spot tournera autour de ce story telling

1.3.1.1. la ligne éditoriale permet de s'inscrire dans la durée

1.4. travailler sur le long terme

1.4.1. que propose t'on et qu'apporte -t-on à une personne qui a besoin de formation ?

2. Appuis

2.1. il y a des choses existantes : fabrication d'affiches, de plaquettes et des savoirs faire en communication traditionnelle

2.2. échanger sur les stratégies des autres structures pour "copier"ce qui marche et le faire évoluer

3. Désirs

3.1. création d'un comité Editorial

3.1.1. créer un calendrier éditorial autour de thématiques identifiées et prévues

3.2. création d'outils de marketing

3.3. définir la ligne éditorial

3.3.1. création des outils de communication

3.4. création de l'équipe marketing

3.5. la région/état pourrait elle faire des campagnes de promotions de la formation et des métiers au niveau régional ou national

3.5.1. relayer et coordonner ce que nous faisons

4. Empêchements

4.1. si on ne le fait pas de façon régulière, on risque de disparaître des réseaux sociaux

4.2. l'établissement a des activités multiples dans des temporalités différentes

4.3. choc des cultures

4.3.1. mutualiser les moyens avec d'autres OF

4.3.2. créer une mission de stratégie de marketing numérique en OF

4.4. Qui s'en occupe ?

5. Challenger et Conclure

5.1. identifier les 2 niveaux d'information

5.1.1. le long terme sur ce qu'on propose

5.1.1.1. travail en commun OF/Prescripteurs/professionnels sur les métiers et les thématiques

5.1.1.1.1. déterminer un planning de communication commun (par filière)

5.1.2. le cours terme sur les événements à venir

5.1.2.1. travail individuel sur les prestations que chacun propose

5.2. trouver un étudiant en marketing digital pour nous aider à élaborer une stratégie

5.3. trouver une personne qui fasse le lien entre le monde de la formation et les préoccupations des apprenants (maîtrise des codes de communication)

5.4. faire du lien entre les OF partenaires , un accompagnant de projet, qui relance les équipes et permet l'aboutissement du projet commun