

CERTIFICATION EN MARKETING ET COMMUNICATION

« Votre Chambre de commerce a le plaisir d'offrir à ses membres l'opportunité de suivre ce programme élite de Certification et ce avec d'autres participants de votre région pour favoriser le réseautage. »

Notre clientèle cible :

La Certification en marketing et communication est destinée aux individus qui de toutes les industries et de tous les types d'entreprises qui souhaitent développer les éléments suivants :

- l'établissement d'un positionnement et une stratégie de marque ;
- le développement d'une stratégie d'expérience client et de fidélisation ;
- la créativité et le développement de contenu en marketing ;
- la communication marketing intégrée ;
- l'élaboration d'un plan marketing et mesurer sa performance ;
- l'élaboration d'une stratégie web et de médias sociaux ;
- la recherche marketing et big data ;
- le comportement du consommateur ;
- l'utilisation efficace des plateformes traditionnelles, web et les médias sociaux ;
- l'utilisation cohérente des canaux de communication.



FORMATION EN LIGNE
VIA ZOOM



12 DEMIES JOURNÉES DE
FORMATION



8 FORMATEURS
6 INTERVENANTS DE
RENOM



1 DIPLOME OFFERT PAR
L'INSTITUT DE LEADERSHIP

Description du programme à la page suivante

INSTITUT DE
LEADERSHIP

Tél : (514) 702-2991
info@institutleadership.ca
www.institutleadership.ca



CERTIFICATION EN MARKETING ET COMMUNICATION



ÉTABLIR UN POSITIONNEMENT ET UNE STRATÉGIE DE MARQUE

- Comprendre le rôle du positionnement et de la stratégie de marque
- Questions fondamentales préalable à la définition de la stratégie
- Comprendre les fondements qui construisent les valeurs des marques
- Comprendre les piliers sur lesquels construire une marque
- Méthodes pour le développement d'une marque forte
- Identifier les vérités profondes de la marque
- Déterminer les thématiques clés autour desquelles la marque communiquera
- Développer une stratégie pertinente pour sa marque
- Définir une stratégie de marque fondée sur l'intégration cohérente des canaux de communication
- Faire vivre la stratégie de marque



COMMUNICATION MARKETING INTÉGRÉE

- Maîtriser les outils de marketing et de communication
- Adaptation de la stratégie selon les besoins d'affaires
- Croissance des nouvelles plateformes : commerce social, mobile, localisation, évènements, musique, vidéo, blogues, images, etc.
- Évaluer les risques et opportunités de chaque plateforme pour votre marque
- Comprendre le processus stratégique et les enjeux des choix média
- Identifier et utiliser les outils de marketing et de communication adaptés pour choisir le mix le plus performant
- Déterminer les messages clés à communiquer et véhiculer le message efficacement
- Développement d'une présence unique axée sur une approche intégrée
- Mise en place d'une campagne de promotion permettant d'augmenter la portée de la stratégie



LES MÉDIAS SOCIAUX

- Maîtriser les fonctionnalités offertes par les différents médias sociaux
- Connaître les meilleures pratiques propres aux différentes plateformes
- Développer une stratégie performante en lien avec ses objectifs d'affaires
- Connaître les bonnes pratiques à adopter sur les médias sociaux en temps de crise
- Utilisation optimale de LinkedIn, Facebook, Instagram et Twitter
- La publicité payante sur les médias sociaux et les meilleures pratiques
- Planification et structure d'une campagne publicitaire sur les médias sociaux
- Mesurer ses résultats en vue d'optimiser les actions sur les différentes plateformes



LE MARKETING DE CONTENU POUR LES ORGANISATIONS

- Définition d'une stratégie de contenu : concepts clés et règles
- Formats de contenu: les comprendre, les décliner et en tirer profit
- Développer le contenu en lien avec les objectifs d'affaires de l'organisation
- Positionner le contenu et sa pertinence dans une approche marketing globale
- Contenus à mettre de l'avant
- Personnalisation et crédibilité dans la création de contenu
- Créer du contenu engageant
- L'élaboration d'un calendrier éditorial
- Créer de la valeur ajoutée pour se démarquer de la concurrence
- Adapter les règles propres à chacune des plateformes



DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE D'EXPÉRIENCE CLIENT ET DE FIDÉLISATION

- Portrait global de l'expérience client
- Comprendre les éléments ayant une incidence sur l'expérience client et sur la marque
- Comprendre les comportements et les besoins des consommateurs pour mieux les anticiper
- Identifier le rôle de chaque maillon dans le processus de l'expérience client
- Choisir le type de relation à entretenir avec ses auditoires
- Comprendre l'importance de l'interaction aux points de contact
- Comment « faire vivre » la marque dans tous les points de contact ?
- Maximiser l'engagement entre marque et consommateurs à chaque étape du cycle d'achat
- Apprendre à gérer la relation client pour créer de la loyauté



PLANIFICATION MARKETING ET ANALYSE DE LA PERFORMANCE

- Se préparer émotionnellement, mentalement et matériellement
- Découvrir les plus grands facteurs de succès en négociation
- Comprendre les principes et conditions nécessaires à une négociation efficace
- Découvrir des tactiques et des contre tactiques
- La base de toute négociation : les principes à observer
- Comment transformer un « non » en un « peut-être » et un « peut-être » en « oui »
- Les règles à suivre pour une négociation « gagnant-gagnant »
- Influencer avec intégrité