

Formation Marketing Mobile

Les clés du marketing mobile

Présentation



Une formation marketing mobile pour permettre à votre entreprise d'être en phase avec les usages mobile de vos clients. Voici quelques chiffres* représentatifs du développement exponentiel de l'Internet mobile et des usages sur le mobile, ses interfaces, la messagerie, la publicité et le commerce sur mobile :

- En octobre 2020, 2/3 du temps de consultation web quotidien s'est fait depuis un mobile, soit 1h32 de surf web par jour. (source Médiamétrie 2020)
- En 2020, 38% des Français ont utilisé une solution de paiement mobile. C'est 10 points de plus qu'en 2019 et 20 points de plus qu'en 2018. Par ailleurs, lorsqu'on les interroge sur leurs intentions, 49% comptent utiliser à l'avenir le paiement sur mobile pour payer un commerce, et jusqu'à 79% pour les 18 à 24 ans. L'utilisation du paiement mobile devrait encore progresser.
- Les mobinautes ont passé 1882 minutes sur les médias sociaux en décembre 2020, en croissance de 42% Vs 2019.
- 7,7 milliards de SMS envoyés en 2020, soit plus de 15% Vs 2019 (source AF2M – baromètre 2020 SMS Marketing)
- La croissance des investissements publicitaires sur mobile s'est ralentie en 2020, avec plus de 9% Vs 2019 (Versus + 19% l'année précédente). Source : 25ème observatoire de l'ePub

*Données 2021 de la Mobile Marketing Association

En 10 ans, la révolution mobile a transformé radicalement le comportement des consommateurs, des organisations et des stratégies des entreprises. Mais comment tirer pleinement partie du mobile ? Quels sont les nouveaux leviers du marketing mobile et comment les exploiter de façon pertinente ?

Objectifs de cette formation marketing mobile



- Acquérir une vision complète du marketing mobile et de ses enjeux en 2021
- Identifier les technologies du Marketing Mobile et leurs objectifs marketing associés
- Formuler une stratégie marketing mobile efficace
- Concevoir avec méthodologie un plan d'actions marketing sur mobiles, smartphones et tablettes.

Les points forts de la formation

- Formation complète et concrète.
- Présentation de nombreux exemples inspirants et démonstrations avec mise à disposition de matériels (casques de réalité virtuelle...).
- Le spectre de cette formation marketing mobile est volontairement large pour vous permettre d'imaginer des stratégies mobiles efficaces et alignées avec les usages.

Programme

1. L'écosystème et les enjeux du marketing mobile

- Présentation du contexte
- Les courants Mobile first et Mobile only
- Les acteurs du marketing mobile
- Les usages et les comportements des mobinautes

2. Les différents formats et supports : définition, démonstration, objectifs marketing, KPI, exemples et bonnes pratiques.

- L'application mobile
- La PWA (Progressive Web App)
- Le site mobile
- Le site responsive
- La réalité augmentée (A.R.)
- La réalité virtuelle (V.R.)
- La réalité mixte (M.R.)
- Le métavers
- Les technologies sans contact (NFC : Near Field Communication)
- Les SMS, MMS, RCS (Rich Communication Services) et VMS (Voice Messaging System)
- Les codes 2D (QR code, code barre)
- Les assistants vocaux
- Les applications de réseaux sociaux
- Les objets connectés
- Les wearables

3. Intégrer sa stratégie marketing mobile dans une stratégie digitale globale

1. Etablir le diagnostic (test de performance mobile, mobile analytics)
2. Réalisation du benchmark mobile
3. Formulation des personas
4. Analyse du parcours d'achat avec identification des touches points mobile
5. Définition des buts et objectifs
6. Formulation de la stratégie marketing mobile



7. Plan d'action opérationnel

7.1 Sélection des formats et supports

7.2 La publicité sur mobile

7.3 Optimiser le référencement sur mobile (SEO : Search Engine Optimization et ASO : App Store Optimization)

7.4 Le paiement mobile

7.5 Calendrier des actions

7.6 Définition du budget

8. Sélection des indicateurs de performance (KPI)

9. Choix des outils et organisation

10. Mise en oeuvre

11. Mesure et suivi

4. Mise en situation réelle : « Construire son plan d'actions marketing mobile »

– Pour votre marque, votre produit ou votre service

5. Anticiper les évolutions du marketing mobile

Caractéristiques de la formation

Pour qui ?

Responsable marketing, chef de produits, chef de marché, chef de projets e-marketing, responsable communication et chargé de webmarketing (en poste ou en prise de poste).

Cette formation s'adresse aux personnes responsables de la stratégie mobile ou ayant pour mission de définir ou d'organiser la stratégie digitale de son entreprise adaptée aux technologies mobiles.

Durée de la formation et dates

- En présentiel : 14 heures de formation, jour de formation consécutifs ou non
- A distance, à rythme choisi : 7 sessions de 2 heures en visioconférence enregistrée

Nous planifions les dates de formation en fonction de votre demande et de nos disponibilités.

Lieu de la formation

Cette formation peut se dérouler soit dans vos locaux, ou dans une salle de formation moderne adaptée à votre projet.

Cette formation peut aussi être organisée en mode hybride (présentiel et à distance) ou 100% à distance.

Coût de la formation



Inter-entreprise : 1400 € HT par personne
Intra-entreprise : à partir de 2800 € HT
Formation individuelle : 1800 € HT par personne

Financement

- Cette formation marketing mobile est éligible OPCO / FNE.
- Le forfait repas est en sus du coût de la formation.
- Suite à votre demande, nous vous adressons une convention de formation destinée à votre organisme de formation pour effectuer votre demande de prise en charge.

Satisfaction des apprenants

- Note de satisfaction : NC

Date de la dernière mise à jour : 7/12/2021