

MARKETING DIGITAL & COMMUNICATION

Obtenez un MBA
d'Ékloré-ed School
of Management
- ESCPAU
Business School

MBA

GMI - AFRIQUE



Ékloré-ed School of Management
- **ESCPAU Business School**,
2ème Business School française la plus
productive en recherche scientifique

MBA

MARKETING DIGITAL & COMMUNICATION



OBJECTIFS DU PROGRAMME

- Former des experts capables de développer et d'exécuter des stratégies marketing adaptées.
- Maîtriser les techniques pour analyser les comportements des consommateurs en ligne.
- Apprendre à gérer la communication digitale et à renforcer l'image de marque.
- Développer des compétences avancées en gestion de contenu, publicité numérique et analyse de données.



PUBLIC CIBLE

- Professionnels du marketing souhaitant se spécialiser dans le domaine du digital.
- Responsables communication, chefs de projet marketing ou consultants en stratégie digitale.
- Entrepreneurs cherchant à développer leur présence et leurs ventes en ligne.
- Diplômés en marketing, gestion ou communication aspirant à une carrière dans le marketing digital.



COMPÉTENCES ACQUISES

- Analyse du comportement des consommateurs dans un environnement numérique.
- Élaboration et mise en œuvre de stratégies digitales innovantes et adaptées.
- Gestion efficace des canaux numériques : réseaux sociaux, e-commerce, mobile marketing.
- Optimisation des campagnes digitales grâce aux outils d'analyse innovants.



DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

- Responsable marketing digital ou community manager.
- Consultant en stratégie digitale ou e-commerce.
- Responsable e-réputation et communication numérique.



MBA

MARKETING DIGITAL & COMMUNICATION

M1

Introduction au Marketing Digital

Ce module présente les bases du marketing digital et son rôle stratégique dans l'économie numérique actuelle. Il aborde l'évolution des pratiques marketing et les technologies qui ont transformé la manière dont les entreprises interagissent avec leurs clients.

M2

Analyse du Comportement des Consommateurs

Ce module explore les changements dans les comportements des consommateurs à l'ère numérique et leur impact sur les décisions stratégiques.

M3

Gestion Stratégique de la Marque

Ce module se concentre sur la gestion des marques dans un environnement numérique en constante évolution. Il met l'accent sur la cohérence, la fidélité et la différenciation.

M4

E-Commerce et Gestion de l'Expérience Client

Ce module initie les participants aux concepts de qualité dans les soins de santé et aux outils pour garantir la sécurité des patients. Il met l'accent sur les normes, l'évaluation des processus et l'amélioration continue

M5

Communication Digitale et Gestion des RS

Ce module explore les stratégies de communication digitale et la gestion des réseaux sociaux pour engager les communautés en ligne.

M6

Création & Gestion de Contenu Digital

Ce module examine l'intégration des innovations technologiques et numériques dans la gestion des services de santé pour répondre aux défis modernes.

- Origine et développement du marketing digital : campagnes numériques & stratégies modernes.
- Les fondamentaux : inbound marketing, marketing automation, content marketing.
- Vue d'ensemble des outils et canaux : SEO, SEA, réseaux sociaux, email marketing.
- Étude du parcours client digital et des points de contact clés.
- Impact des nouvelles technologies sur les attentes des consommateurs.
- Utilisation de la data pour segmenter et personnaliser l'expérience utilisateur.
- Développement de l'identité et du positionnement de la marque en ligne.
- Gestion de la réputation de la marque à travers les canaux numériques.
- Stratégies de branding pour maximiser l'engagement des consommateurs.
- Conception et gestion de sites e-commerce : UX, design, et contenu.
- Stratégies omnicanales pour intégrer magasins physiques, sites web et mobiles.
- Gestion des paiements sécurisés, de la logistique et du service après-vente.
- Élaboration de plans de communication digitale : objectifs, messages et supports.
- Animation des communautés en ligne et gestion des interactions.
- Suivi des performances des campagnes sur les plateformes sociales.
- Techniques avancées de storytelling adaptées aux différents canaux numériques.
- Production de contenu multimédia : blogs, vidéos, podcasts, infographies.
- Planification éditoriale : calendrier de contenu, segmentation des audiences.



MBA

MARKETING DIGITAL & COMMUNICATION

M7

SEO, SEA et Stratégies d'Acquisition

Ce module enseigne les techniques pour augmenter la visibilité et l'acquisition de trafic grâce au référencement naturel (SEO) et payant (SEA).

M8

Marketing d'Influence

Ce module explore le pouvoir des influenceurs pour construire des campagnes engageantes et mobiliser les communautés en ligne.

M9

Gestion de la Relation Client

Ce module met l'accent sur la fidélisation des clients grâce aux outils CRM et à une stratégie axée sur l'expérience utilisateur.

M10

Gestion et Prévention de la E-Réputation

Ce module explore les meilleures pratiques pour surveiller, maintenir et protéger l'image de marque en ligne.

M11

Mesure de la Performance

Ce module enseigne aux participants comment mesurer et optimiser les performances des stratégies et campagnes digitales.

M12

Méthodologie de Recherche et Mémoire

Ce module accompagne les apprenants dans la réalisation de leur mémoire final, un travail structuré et argumenté portant sur une problématique clé en santé.

- Optimisation on-page et off-page pour les moteurs de recherche.
- Création et gestion des campagnes SEA (Google Ads, PPC).
- Analyse des performances des mots-clés et ajustement des stratégies.
- Identification des influenceurs pertinents et création de collaborations efficaces.
- Gestion des partenariats avec les influenceurs : briefs, contrats, résultats attendus.
- Mesure des performances des campagnes d'influence et impact sur l'engagement.
- Introduction aux logiciels CRM : Salesforce, HubSpot, Zoho CRM.
- Gestion des données clients et segmentation des audiences.
- Personnalisation des interactions client pour améliorer la fidélisation.
- Outils de veille numérique et suivi des mentions en ligne.
- Techniques pour gérer les avis négatifs et les crises de réputation.
- Stratégies pour construire et renforcer une e-réputation positive.
- Définition et suivi des KPIs spécifiques à chaque canal digital.
- Utilisation des outils d'analyse : Google Analytics, Tableau, Data Studio.
- Calcul du ROI des campagnes digitales et recommandations d'optimisation.
- Choix et formulation d'une problématique de recherche adaptée au domaine.
- Techniques de collecte et d'analyse des données (qualitatives et quantitatives).
- Structuration et rédaction du mémoire en respectant les standards académiques.



www.gmi-institute.com
+212 6 66 33 07 33 / +212 5 24 42 24 36
contact@globalmanagementinstitute.com