

MARKETING DIGITAL ET ANALYSE DES MEDIAS SOCIAUX



Bringing Knowledge to Action



malek.aber@sviews-dz.com
manager@sviews-dz.com



+213 (0) 5 60 01 41 67
+213 (0) 5 60 98 82 74
+213 (0) 5.60.01.94.89



[linkedin.com/in/SviewsProSvices](https://www.linkedin.com/in/SviewsProSvices)

OBJECTIFS DE LA SESSION

Les nouvelles technologies numériques ont fondamentalement remodelé la théorie et la pratique du marketing au cours de la dernière décennie.

Ce programme fournit une perspective détaillée et appliquée dans le marketing numérique et l'analyse des médias sociaux au 21^e siècle. Marketing digital et Social Media Analytics est conçu pour vous aider à comprendre les nouvelles règles du marketing dans l'ère numérique - des sujets tels que le marketing de recherche, le marketing de réseau social et analytique, modélisation prédictive, publicité et commerce mobiles, stratégie CRM, et publicité numérique. Le programme explore la différence entre les médias payants, modélisation prédictive pour le ciblage des annonces et la relation client, gestion, mesure et gestion de la viralité des produits, conception de produits viraux la publicité et l'engagement de l'expérience multicanal. Le cours sera spécifiquement insister sur la théorie et la pratique de l'expérimentation randomisée, les tests AB et l'importance de l'inférence causale pour la stratégie du marketing.

DATES

DUREE

05 jours

PRIX /SESSION/PERSONNE

**Adresse : N° 25 B 6 cité 440
logts Bir Khadem, Alger**
(parking disponible,
documentation et restauration
incluses)



MARKETING DIGITAL ET ANALYSE DES MEDIAS SOCIAUX

CONTENU

Vous devriez avoir une compréhension fondamentale de:

- L'écosystème de la publicité numérique et les modèles d'attribution et de tarification pour publicité numérique.
- Les principes fondamentaux de l'analyse Web et des applications et des indicateurs de performance clés pour le trafic et le commerce Web.
- Marketing par moteur de recherche, publicité sur les moteurs de recherche, enchères et stratégies publicitaires pour optimiser la publicité dans les moteurs de recherche.
- Marketing de réseau social et ciblage de réseaux sociaux.
- L'analyse prédictive utilisant les données des réseaux sociaux, le marketing peer-to-peer et Publicité sociale personnalisée.
- Ciblage démographique, comportemental et social et segmentation.
- écoute sociale: analyse du contenu généré par les utilisateurs, des critiques et des évaluations; leurs effets sur la demande des consommateurs.
- Commerce mobile et analytique.

QUI PEUT PARTICIPER ?

- Les chefs d'entreprise à la recherche d'une meilleure compréhension du marketing numérique écosystème.
- CMO, CIO et leurs rapports directs.
- chefs de produit, responsables de développement produit et responsables marketing.
- Scientifiques en chef des données et gestionnaires de données.
- stratèges d'entreprise.
- Dirigeants de l'agence.
- Toute personne intéressée par les médias sociaux ou mesurant le retour sur investissement des médias sociaux.