

| le savoir vivant |

EXECUTIVE EDUCATION

MARKETING DIGITAL

COMMENT DÉFINIR ET PILOTER
L'E-MARKETING



Unil

UNIL | Université de Lausanne
HEC Lausanne

PUBLIC CIBLE

Toute personne voulant comprendre l'impact de la transformation digitale et ses nouveaux outils;
Dirigeantes et dirigeants de PME ou start-ups souhaitant établir une stratégie digitale intégrée et efficace;
Responsables Marketing et Communication désireux d'actualiser leurs connaissances et partager leurs défis quotidiens avec d'autres professionnels.

INFOS CLÉS



3 journées | Langue d'enseignement: Français
Dates précises disponibles sur le site web



08:30 - 12:30 et 13:30 - 17:30



CHF 2'250.-



Module faisant partie du Diplôme (DAS)
en Marketing stratégique et Communication

Détails & inscription en ligne sur:

www.unil.ch/hec-formation-continue/marketing-digital

Executive Education HEC Lausanne
Université de Lausanne
Bâtiment Extranef
CH - 1015 Lausanne

hec.execed@unil.ch | +41 (0)21 692 33 97

Mention légale: Le contenu de cette brochure est sujet à modification sans préavis.
© Janvier 2017, Executive Education HEC Lausanne | UNIL, Image: © iStockphoto

ENJEUX

Lors d'une étude menée en 2015 par la Haute école d'économie de Zurich (1), 72% des personnes interrogées ont affirmé que la transformation digitale aurait un impact important ou très important dans le futur. En effet, **l'apparition du digital a complètement transformé le processus de décision d'achat**. Le consommateur a désormais accès à une grande quantité d'information, en tout temps, grâce à la multiplication des canaux et l'utilisation quasi-systématique du mobile. Les entreprises bénéficient de plus d'occasions pour atteindre les consommateurs mais également d'un temps plus restreint pour les convaincre. **Créativité et création de contenu sont devenus les « mots clés » d'une stratégie de marketing digital réussie.**

(1) Étude menée auprès de 463 professionnels, dont une majorité de cadres.

OBJECTIFS

- Comprendre les concepts fondamentaux et identifier les enjeux du marketing digital;
- Élaborer une stratégie de marketing digital;
- Évaluer et améliorer l'efficacité des diverses activités digitales;
- Identifier les enjeux éthiques associés au marketing digital.

PROGRAMME

Lors de ce module, l'accent sera mis sur les principales méthodes et approches mises en oeuvre dans le marketing digital, à l'aide de nombreux exemples choisis dans différents secteurs économiques, aussi bien en Suisse qu'à l'international. **Les principaux outils du marketing digital et le vocabulaire de base seront expliqués afin de permettre à chacun de disposer des fondements indispensables à la compréhension des implications stratégiques de cette nouvelle forme de marketing.**

INTERVENANT

Arnaud Dufour

Chargé de cours - HEC Lausanne, UNIL
Consultant stratégie Internet - blue-infinity

