



Communiquer auprès de la cible parentale

Marketing et stratégie d'acquisition



BILBOKID

 Présentiel



DURÉE

Durée : 1 jour



LIEU

À Montpellier Centre Comédie



PRÉ-REQUIS

Connaissance des bases de la communication digitale.

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- Comprendre la cible parentale et la façon dont ils consomment Internet (achats en ligne, réseaux sociaux etc.)
- Décrypter les leviers digitaux les plus pertinents pour adresser la cible par rapport à ses enjeux
- Avoir une vision d'ensemble sur les actions possibles et les budgets nécessaires
- Découvrir les outils et les plateformes nécessaires, concevoir une campagne efficace sur chaque levier présenté et en mesurer ses résultats.

Public concerné :

- Responsable marketing et marketing digital
- Créateurs d'entreprise dans l'univers de la famille
- Responsable acquisition ou Traffic manager
 - Chargé de communication

Les points forts de la formation :

L'EXPERTISE

De nombreux apports théoriques et pratiques, livrés par des experts du secteur qui pratiquent ce métier au quotidien (data marché, exemples de cas campagne concrets, projections sur votre secteur, etc.)

LES RENCONTRES

Des conseils personnalisés et de nombreux échanges et retours d'expérience entre participants spécialisés dans le même secteur enrichissent fortement cette formation.

LA PRATIQUE

Des cas pratiques et des mises en situation par rapport à votre contexte pour illustrer les apports théoriques et la meilleure manière de les mettre en œuvre (ou non) dans votre propre cas.

Pourquoi faire confiance à Bilbokid pour cette formation ?

Fort de 8 années d'expérience en acquisition de trafic auprès de la cible parentale et avec plus de 2000 campagnes à son actif pour le compte de 300 annonceurs de l'univers de la famille, Bilbokid vous propose de bénéficier de son expertise métier et de ses retours d'expérience terrain pour une formation complète sur le marketing digital de la famille et les leviers d'acquisition appropriés.

Communiquer auprès de la cible parentale

Marketing et stratégie d'acquisition



Programme

Avant

Avant la formation, un questionnaire vous sera envoyé pour évaluer et comprendre votre niveau de connaissance de la cible, les leviers que vous maîtrisez et vos besoins personnels. Le programme ci-dessous peut-être amené à évoluer en fonction des besoins du groupe, identifiés en amont de la formation. De la même façon, les cas pratiques et cas d'illustrations seront adaptés à vos secteurs et vos enjeux marketing.

Pendant la formation

Comprendre la cible parentale : Qui sont les parents ? Comment consomment-ils sur Internet ? Quelles plateformes utilisent-ils ?

- Portrait du parent consommateur
- Leurs achats sur Internet (device, moyen, fréquence)
- Les parents et les réseaux sociaux ? (quelles plateformes pour quels usages ?)
- Les influenceurs de la cible parentale
- Les podcasts et plateformes d'écoute

Panorama des outils et leviers d'acquisition sur la cible parentale

- Panorama des outils et plateformes marché
- Quels canaux d'acquisition pour quels objectifs ?
- Quels acteurs génériques et spécialisés sur le marché

Décryptage des leviers d'acquisition

Pour chaque levier, il s'agira d'aborder les fondamentaux, les pré-requis, les best practices et les coûts approximatifs associés.

- Réseaux sociaux et social ads
- Marketing d'influence
- Google Ads (search et display)
- Média spécialisés (webzine, avis, blogs parentaux, forums)
- Affiliation à la performance (CPC, Lead et Achats)

Travaux pratiques pendant la séance

Travaux pratiques pendant la séance : exercices, mise en situation d'une campagne de marketing digital, définition d'indicateurs, exploration de plateformes et outils.

Après la formation

Évaluation des compétences acquises via un questionnaire en ligne intégrant des mises en situation.