

R5.SME.12 Marketing digital de la marque

Composante
Institut universitaire de technologie d'Angoulême

Présentation

Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Elaborer une stratégie de communication digitale
- Gérer les communautés de marque
- Mesurer la performance des actions et l'e-réputation

Contenu :

- Création de contenu (textuel, visuel, audio) : développement de contenu en adéquation avec la stratégie éditoriale de chacun des supports digitaux tant dans le contenu que dans la forme, respect des spécificités de rédaction de contenu web, élaboration des supports audio et audiovisuels de qualité
- Management des communautés de marque : influenceurs, ambassadeurs. Gestion des collaborations avec les différents types d'acteurs de la communauté, dans le respect de la stratégie de marque, création des fichiers d'influenceurs/ ambassadeurs potentiels, définition des critères de choix, connaissance des plateformes d'influence marketing et de leur fonctionnement, interactions avec la communauté
- Gestion de la viralité : réactions face aux rumeurs, à la désinformation et aux fake news, gestion de la « guerre digitale »
- E-réputation, veille : mise en place d'une veille sur l'e-réputation de la marque afin de pouvoir interagir pertinemment avec la communauté et gestion de l'eréputation de la marque au niveau stratégique
- Indicateurs clés de performance et mesure d'audience digitale : définition des indicateurs clés en fonction des différents supports, réalisation de tableaux de bord de suivi, diffusion de l'information

Objectifs

- AC34.04SME | Développer la communauté de marque et l'adhésion (community management, veille image de marque et e-réputation)

Heures d'enseignement

TD	TD	17h
TP	TP	5h