



Stratégie social media et e-CRM



Niveau d'étude
BAC +3



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

- Utiliser les leviers opérationnels du marketing et de la communication digitale
- Convertir les visiteurs en clients grâce au e-CRM
- Concevoir et suivre les résultats d'une campagne de communication sur les réseaux sociaux

Objectifs

- Gestion des réseaux sociaux
- Stratégie de communication digitale
- E-CRM et fonctionnement de Social Ads
- Technique d'élaboration d'une campagne d'e-mailing ou MD (SMS...) : recrutement de prospects, qualification de fichiers, construction de la campagne
- Utilisation d'outils de routage professionnel, mesure du ROI (retour sur investissement)
- Mettre en place des outils d'animation (jeu concours, etc.)

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	16h
----	-----------------	-----

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			1.5		