

Les opportunités du digital pour les études

Pour qui :

Responsable études/insights, marketing, communication, relation client, réseau et R&D et chargé d'études en institut ou en entreprise ayant pour mission de mener ou de piloter des études digitales

Prérequis :

Cette formation ne nécessite pas de prérequis

Objectifs :

Choisir les bons outils de pilotage de sa marque et de sa stratégie

Evaluer la performance de ses actions sur le web

Identifier les nouveaux terrains d'étude passive on line

Recourir aux méthodes d'études spécifiques au media web

Programme :

Se servir du web comme nouveau terrain d'études et maîtriser les nouvelles techniques

Les plateformes de recueil, observation et analyse des corpus du web social

Différencier SMM et SMR

Mesurer l'e-réputation et le sentiment analysis

Analyser les conversations et détecter les signaux faibles

La mesure de l'efficacité du mutli media et les POC

Comptabiliser la performance, le reach

Qualifier le parcours

Identifier les cibles

Le web social objet d'analyse et sources d'insights

Réseaux sociaux

Applications

Forums de discussion et d'entraide, blogs

Open data...

Créer et utiliser des outils hybrides d'enquête

Les communautés d'études (MROC)

Les blogs, les forums, les panels propriétaires

Durée : 2 jours (14 heures-présentiel)

Prix :
1390€ (ht)

Ref : 1807
Forfait repas :
39€ (ht)

Dates & lieux :
www.adequation-mr.fr