



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		