



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

Optimiser le marketing digital de ses événements avec la solution Gigz

Objectifs :

- *Comprendre les fondamentaux du marketing digital*
- *Prendre en main la plateforme Backstage by Gigz*
- *Maîtriser les techniques de collecte des données*
- *Adopter la bonne méthode de travail*
- *Identifier les leviers de développement de son activité sur Internet*

Programme :

- **Présentation : Introduction au marketing digital et Data**

Un aperçu du Marketing Digital à travers les notions de SEO / SEA / SEM, ciblage, Social média marketing, communication programmatique à travers des cas d'usages et exemples simples et concrets. La formation a également pour vocation de démontrer comment le marketing digital permet de créer et de suivre les déplacements des clients à un niveau jamais vu auparavant. Cela a également abouti à la notion d'omnicanal, qui est pertinente par exemple, lorsque vous souhaitez cibler un client potentiel à chaque étape d'un processus d'achat, quel que soit le canal utilisé. C'est une évolution des pratiques du multicanal qui permet d'optimiser l'expérience client et la rendre vraiment transparente que nous allons aborder dans ce module.

- **Technique & Méthode de travail**

Le formateur met l'accent sur les meilleures méthodologies de travail pour optimiser les campagnes digitales à travers l'intégration de pixels de tracking et leur importance. L'importance de l'attribution marketing dont le principe est de gagner en performance grâce à des analyses allant jusqu'au niveau le plus fin.

- **Prise en main de la plateforme Backstage**

Ce module est la mise en application des notions acquises à travers les 2 premiers étapes de la formation. Nous allons expliquer aux participants comment piloter les activations digitales depuis la plateforme Backstage by Gigz.

- **Développement d'audiences**

L'accroissement des revenus d'une entreprise repose essentiellement sur la visibilité à travers les réseaux sociaux et sur internet. C'est la raison pour laquelle nous allons consacrer le dernier module à expliquer à travers des exercices la manière d'attirer l'attention des publics.

Etude de cas pratiques

- Création et synchronisation de segment d'audiences dynamiques
- Pilotage de campagnes marketing (emailing – sms – achats d'espaces publicitaires)
- Analyse des reporting de ventes
- Analyse des intentions d'achats

Intervention : Abdoulaye SAMBE, Expert Data & Marketing Digital chez Gigz

Publics concernés : producteurs et diffuseurs de spectacles, d'événements, de festivals



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

Pré requis : avoir une expérience en communication et production d'événements

Modalités d'évaluation : attestation de suivi, bilans à chaud et à froid

Moyens techniques :

Avoir une connexion internet haut débit / Fibre

Avoir un ordinateur récent (PC ou Mac version récente)

Avoir un navigateur : Chrome (recommandé) – Safari – Firefox

Présentations, vidéo projections, études et exercices de cas pratiques.

Support de cours : documentation et supports papier

Durée : 1 journée (7 heures)

Effectif : limités à 8 personnes