

Web Marketing

Boostez votre application mobile (ASO et visibilité)

1 jour (7h00) | ★★★★★ 4,6/5 | MKG-APPLI | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Multimédia › Marketing et communication digitale : optimisez votre e-communication › Web Marketing



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Mettre en oeuvre une stratégie marketing efficace pour maximiser la réussite d'une application mobile.

Niveau requis

Aucun.

Public concerné

Marketeurs en charge du déploiement d'une application mobile.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Mobile First et état des lieux

- Les taux d'équipements : évolution et taux de pénétration
- Les parts de marché des constructeurs et OS : Apple iOS, Google Android, Windows...
- La connectivité : 4G Wi-Fi et perspective 5G

Mobile et comportements de consommation : évolution ou révolution ?

- Les usages : permanence, mobilité et accompagnement du mobile dans le quotidien
- Comportements et interactions types : micro moments "do, buy, know, go"
- Assistant mobile : comment et pourquoi le mobile devient un accessoire de vie

Le marché des applis : typologie et catégories d'application

- Jeu, sport, santé, information, sécurité et caractéristique des applications les plus populaires
- Facteurs de téléchargement et valeur ajoutée : pourquoi 50% des applis sont des "zombies" ?

Marketer une application

- ASO (App Store Optimisation)
- Facteurs d'optimisation pour Google Play
- Facteurs d'optimisation pour Apple Store

Optimisation : facteurs directs

- Titre et description, mots-clés, screenshot : optimiser et valoriser en respectant les guidelines des App Stores

Facteurs indirects : comment influencer ?

- Les avis et commentaires
- Liens et volumes de téléchargement
- Installation / désinstallation
- Utilisateurs actifs

Promouvoir une application : optimiser la présence Web

- Page ou site Web dédié et optimisation SEO (Search Engine Optimization)
- Stratégie réseaux sociaux : créer et animer une communauté
- Supports
- Contenus
- Stratégie de publication
- Veille

Relations presse et communication institutionnelle

- Quels supports ?
- Comment diffuser ?

Pub et sponsoring

- Les régies publicitaires dédiées
- Les techniques de ciblage et reciblage
- Mise en oeuvre d'une campagne de ciblage ou reciblage via Google Ads (AdWords)

Mesurer

- Outils de mesures, KPI (Key Performance Indicator) utiles et construire un tableau de bord

Modalités d'évaluation des acquis

L'évaluation des acquis se fait :

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)