

## Mobile Marketing



**O bjectif** Comprendre les enjeux du marketing mobile. Mettre en oeuvre une stratégie de marketing mobile



**P ublic / pré-requis**  
Chefs d'entreprise, webmasters, directeurs marketing, responsables de communication, assistants marketing...  
Bonne maîtrise de la navigation Internet sur PC et smartphone

**D urée**

1 jour



**P rogramme**

- ✦ Etat des lieux du marché mobile
  - ✓ Les différents équipements, évolutions et tendances technologiques
  - ✓ Les profils de mobinautes
  - ✓ Les usages du mobile
  - ✓ Le marché des services mobiles
- ✦ Panorama du marketing mobile
  - ✓ La publicité sur mobile
  - ✓ Les acteurs du marketing mobile
  - ✓ Le mobile, un média en puissance - Les enjeux du marketing mobile dans une stratégie multicanal
  - ✓ Perspectives de croissance
- ✦ Objectifs marketing d'une présence sur mobile
  - ✓ Notoriété : sites et applications mobiles, M-publicité, campagnes de push
  - ✓ Conquête de prospects : géolocalisation, Code-barres, QR codes, pull marketing...
  - ✓ Générer des revenus : M-commerce et M-paiement
  - ✓ Fidélisation : marketing relationnel mobile
- ✦ SMS et MMS pour recruter
  - ✓ Les campagnes de push
  - ✓ Constitution d'une base de données mobiles
  - ✓ Mettre en place des campagnes créatives
  - ✓ Mesure de l'efficacité de ses campagnes mobiles push
- ✦ Service mobile : site ou apps ?
  - ✓ Les sites mobiles : spécificités, technologie, référencement et promotion
  - ✓ Les applications mobiles (apps) : contenu, tarification ou gratuité
  - ✓ Distribution d'une apps
  - ✓ Synthèse : quels choix pour quels cas ?
- ✦ Perspectives
  - ✓ Développement du M-commerce - Géolocalisation et réseaux sociaux
  - ✓ De la 3G à la 4G (et après..)
  - ✓ Télévision personnelle mobile
  - ✓ Réalité augmentée
  - ✓ NFC

