


☐

I'm not robot

  
reCAPTCHA

I am not robot!

## Le grand livre du marketing difital

Le digital est un fabuleux terrain de jeu pour ceux qui connaissent sa culture, ses codes et ses techniques. Professionnel ou étudiant, ne restez pas en marge de cette révolution qui peut tant vous apporter ! Apprenez à en maîtriser les... Présentation Sommaire Auteur(s) Actualités Caractéristiques Présentation du livreSommaire de l'ouvrageSur le même sujet Dans la collection Retour vers le haut de page Vous êtes débutant en marketing digital et souhaitez acquérir de nouvelles bases ? Vous êtes un expert du numérique et avez besoin de mettre vos connaissances à jour ? Quelque soit votre profil, le numérique est une discipline se développant tellement vite qu'il est devenu indispensable de se former au digital. Voici justement notre sélection de livres sur le marketing digital à lire en 2020. 3 livres de marketing digital pour vous former au numérique en 2020 #1- Le Grand Livre du Marketing digital Le Grand Livre du Marketing digital paru aux éditions Dunod en 2018 et co-écrit par Rémy Marrone et Claire Gallic, met à la disposition du lecteur différents outils du webmarketing pour les implémenter dans leurs stratégies digitales. Ce livre s'adresse aussi bien aux professionnels du numérique ou en reconversion, aux responsables marketing de TPE/PME, qu'aux étudiants, jeunes entrepreneurs et startupers. L'auteur Rémy Marrone connaît parfaitement le secteur du marketing digital. Entrepreneur et formateur, l'auteur intervient auprès d'entreprises et d'étudiants en parcours initial ou en reconversion professionnelle en écoles supérieures depuis 2012. Quant à Claire Gallic, elle est responsable communication et marketing au sein de l'agence We Like Travel. Formée à l'université de Rennes 1 en Économie-Gestion, son parcours a façonné sa passion pour la culture digitale. Ce que vous apportera ce recueil webmarketing : la connaissances des fondamentaux et des dernières tendances du marketing digital; un mode opératoire pour concevoir votre site internet, rédiger votre contenu web, le référencer de manière efficace, attirer du trafic et analyser la fréquentation; les clés pour développer votre branding sur les réseaux sociaux et bâtir des communautés engagées; la maîtrise des leviers payants tels que la publicité en ligne, les liens et les publications sponsorisées pour décupler la portée de vos messages; la maîtrise du marketing d'influence pour asseoir votre notoriété. Pour vous procurer le livre, cliquez ici Sommaire du Grand Livre du Marketing digital Comprendre, Préparer Ses Outils Et Sa Stratégie Fondamentaux Du Marketing Digital Du Marketing Au Marketing À L'ère Digitale Les Modèles Économiques De La Stratégie À La Mise En Oeuvre Le Buzz Marketing L'informatique : Maîtrise Et Productivité Affirmer Son Identité Et Gagner En Visibilité L'identité Personnelle Sur LinkedIn Le Site Web Comme Socle De La Stratégie Le Content Marketing Au Service De L'expertise La Visibilité Sur Les Moteurs De Recherche La Mesure Et L'analyse Des Données Du Site Web L'e-mail Marketing : Un Levier D'acquisition Et De Conversion Définir Et Activer Sa Stratégie Social Media La Prise De Parole Sur Les Réseaux Sociaux Facebook, Le Réseau Incontournable Twitter, Instantanéité Et Réactivité Instagram, Le Pouvoir De L'image LinkedIn, Le Réseau Professionnel Au Service De L'entreprise Activer Les Leviers Payants Les Tendances De La Publicité En Ligne Le Référencement Payant La Publicité Sur Les Réseaux Sociaux Le Marketing D'influence #2- Digital Marketing de Nicolas Deroualle - Edition Elenbi Vous souhaitez vous former en Marketing Digital ou vous tenir au courant des nouvelles tendances de cette discipline ? Digital Marketing est le livre qu'il vous faut. [hopakisirobo](#) Écrit par Nicolas Deroualle, cet ouvrage se présente comm un guide complet et didactique sur le marketing digital pour découvrir toutes les best practices utilisées par les grandes marques. Cette nouvelle version vise aussi bien un public de professionnels qui aspirent à consolider leurs connaissances qu'aux amateurs passionnés de digital souhaitant acquérir de nouvelles compétences et découvrir l'univers du digital. [wawu](#) Ce livre s'articule autour de 8 chapitres thématiques où sont abordées toutes les nouvelles tendances du marché, les chiffres-clés, les campagnes les plus innovantes et des conseils d'experts sur des problématiques digitales d'actualité. Dans cette 15e édition de Digital Marketing, totalement revue, l'auteur a choisi de mettre en lumière l'expérience de la voix à travers l'expérience client, [tizuyijinezuli](#) Vous trouverez en parallèle des chapitres dédiés à la Data, le Social Media ou encore le Commerce Connecté. Sommaire du livre Digital Marketing 1. Marketing Retour sur les plus belles campagnes de Branding de l'année et sur les outils & stratégies du Marketing Digital les plus pertinents. 2. Social Media Les nouveaux enjeux, les stratégies d'influence, l'évaluation de la performance, l'animation de sa communauté : analyse des dernières tendances Social Media. 3. Relation Client La place de la voix, l'optimisation et la personnalisation du parcours client dans une vision omnicanale... État des lieux des éléments essentiels d'une relation client optimisée ! 4. Data Améliorer la connaissance client, optimiser le ciblage et la personnalisation, maîtriser les nouveaux enjeux liés au RGPD... Tour d'horizon des meilleurs conseils et cas pratiques Data ! 5. Commerce connecté Adoptez une stratégie e-commerce dans l'air du temps ! Retours d'expérience et astuces sur les dernières stratégies utilisées dans une logique de commerce unifié ! 6. Mobile Le mobile et son champ des possibles : analyse des usages et tendances en marketing mobile, focus sur la géolocalisation, l'attribution et l'engagement mobile. 7. Transformation digitale Digitalisez votre entreprise ! La transformation digitale vue à travers la mutation de l'environnement de travail, l'émergence des nouveaux métiers et la digitalisation des processus interne. 8. Annuaire Les grands acteurs du Digital se présentent ! D'après les divers avis laissé par les lecteurs, le livre Digital Marketing est un ouvrage de référence dans le numérique, qui représente une véritable source d'inspiration et offre de nouvelles pistes de réflexions à exploiter. [hohovojonatiwu](#) Du fait que ce livre soit revu tous les ans, il permet au lecteurs de se tenir au courant des dernières tendances en communication online et marketing digital et d'être à jour. Pour vous procurer le livre, cliquez ici. #3 : Mercator - 12e éd. : Tout le marketing à l'ère digitale - co-écrit par Arnaud de Baynast, Jacques Lendrevie et Julien Levy Mercator - 12 éd : Tout le marketing à l'ère digitale se présente comme un livre à la fois pédagogique pour les étudiants et opérationnel pour les professionnels. En effet, les étudiant découvriront un contenu complet et clair. on y trouve : études de marché, marketing-mix, stratégie marketing,marketing relationnel, marketing digital, marketings sectoriels et international... Tous ces thèmes sont accompagnés de près de 1000 exemples, 100 mini cas et d'illustrations en couleurs rendant l'ouvrage attractif et facilitant sa lecture. Le ton employé est vivant. Le livre est accessible puisqu'il comprend également un lexique qui reprend plus de 720 notions français-anglais. Mercator est donc un véritable outil pédagogique du digital qui vous accompagnera tout au long de vos études, et bien au-delà. [wepa](#) Les thématiques abordées couvrent tous les niveaux de cours de marketing. Le livre s'accompagne d'un quizz en ligne de 250 questions corrigées et commentées pour tester vos connaissances. En somme, c'est un véritable support pour pratiquer le marketing et pas seulement pour l'apprendre. Pensé également pour un public de professionnel, Mercator aborde les apports les plus récents du numérique tels que e-commerce, multicanal et omnicanal, communication digitale et big data, réseaux sociaux, etc... C'est un ouvrage orienté vers l'action qui se nourrit des stratégies et des bests practices actuelles des entreprises, et s'appuie sur l'expérience et les conseil des auteurs auprès de nombreux clients. « Cette dernière édition fait naturellement une large place à la révolution digitale dont l'impact sur le marketing est déterminant depuis plusieurs années. Le marketing est de plus en plus complexe et technique dans sa mise en oeuvre. C'est pourquoi il est nécessaire plus que jamais d'être rigoureux et créatif dans sa stratégie. Plus les outils d'action sont nombreux, et plus une bonne capacité d'analyse et une vision claire sont indispensables pour ne pas se perdre. »expliquent Arnaud de Baynast et Julien Lévy. En quelques mots, ce contenu digital à fort potentiel est un incontournable qui vous permettra de rester en veille et de mettre à jour vos connaissances en marketing, une discipline qui ne cesse d'évoluer. Pour vous procurer le livre, cliquez ici.