



PROFIL & COMPÉTENCES

MASTER EXÉCUTIF EN COMMUNICATION DIGITALE & MARKETING D'INFLUENCE

QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT-E ?

L'étudiant-e suit un enseignement à temps partiel qui lui permet d'acquérir une compréhension globale du secteur et de ses enjeux. L'objectif de la formation est de former des marketeurs et communicants capables de concevoir et de piloter des stratégies de communication digitale et de marketing d'influence "data centric" efficaces dans un environnement en constante évolution. La formation permet aux étudiant-e-s de développer une expertise pointue en management de marque, en mécanismes d'influence marketing, en gestion de contenu pour des influenceurs, en utilisant des outils digitaux pour optimiser l'engagement des audiences cibles.

L'étudiant-e suit sa formation uniquement sur des vendredis et samedis durant 18 mois et peut mener en parallèle une activité professionnelle en emploi ou en stage. Une durée de stage de 5 mois minimum est requise. Le stage peut être effectué en plusieurs parties et donner lieu à plusieurs expériences.

Après 18 mois de formation, l'étudiant-e est apte à rejoindre une agence ou les équipes marketing et communication d'un annonceur à des postes correspondant aux métiers suivants. Le niveau de poste auquel peut prétendre un-e étudiant-e en master est variable et dépend à la fois de son parcours académique et de sa séniorité professionnelle.

EXEMPLES DE MÉTIERS > *Bien que les métiers évoluent en permanence, voici une liste, non exhaustive, des opportunités professionnelles à la fin de leurs études.*

Marketing Manager · Brand Manager · Digital Marketing Manager · Communication Manager · Account manager · Content Manager · PR Manager · Consumer Experience Manager · Consumer Insight Manager · Influence Marketing Manager · Influencer Talent Manager · Influencer Relations Specialist · Social Media & Influencer Coordinator · Social Media Manager · Influence Analyst · Influencer Content Manager · Influence Partnerships Manager ·

Les étudiant-e-s pourront réaliser les projets suivants au sein de votre entreprise/organisation :

STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT

- Utiliser la méthode de Design Sprint pour explorer une nouvelle idée, lancer un produit ou aligner des équipes sur des enjeux importants.
- Poser un diagnostic, identifier une problématique et proposer une recommandation stratégique
- Prendre en compte les enjeux RSE dans une stratégie globale et développer une communication transparente.

BUSINESS ENVIRONMENT

- Identifier les technologies à intégrer dans la politique et les pratiques des organisations pour mener à bien leur transformation digitale et définir un nouveau business model.
- Identifier et adopter les bonnes pratiques éthiques pour créer de la valeur dans le développement de stratégies marketing et de communication digitale.

BRAND BUILDING

- Benchmarker les concurrents.
- Conduire un audit de marque et de son territoire de communication.
- Evaluer la valeur de marque et proposer un plan de renforcement ou de revitalisation de la marque.
- Identifier, actionner les leviers du marketing digital au service de la stratégie marketing et communication globale.

CREATIVE COMMUNICATION

- Conduire un planning stratégique pour élaborer une copie strat.
- Utiliser la méthodologie de "disruption" pour explorer de nouveaux concepts créatifs.
- Développer un concept créatif et le projeter sur différents canaux.
- Construire un dispositif en social media en capitalisant sur les spécificités (formats, communautés ...) des différentes plateformes.

WEB & ANALYTICS

- Auditer et analyser l'ergonomie d'un site web.
- Créer un site web sur Wordpress.
- Proposer un plan de recommandations sur le référencement naturel assisté par IA générative.
- Analyser et mesurer les performances web avec Google Analytics.

INFLUENCE MARKETING

- Comprendre les origines et l'évolution du marketing d'influence pour développer des stratégies authentiques et adaptées aux nouvelles attentes des consommateurs, en tirant parti des tendances telles que la micro et nano-influence.
- Maîtriser les outils et techniques de l'influence digitale afin de maximiser l'impact des campagnes tels que Upfluence, Traackr, HypeAuditor, etc. pour identifier, analyser et gérer les collaborations avec les influenceurs., et Google Analytics, Socialbakers pour mesurer l'engagement, les conversions, et le ROI.
- Sélectionner et gérer des outils performants pour optimiser la gestion des influenceurs, des partenariats et des collaborations avec des leaders d'opinion. Utilisation de plateformes comme AspireIQ ou BuzzSumo pour trouver et collaborer avec des influenceurs pertinents.
- Mettre en place des outils de monitoring et de mesure des résultats d'influence, tels que Mention ou Brandwatch, pour suivre l'e-réputation, mesurer les mentions de la marque, et ajuster les campagnes en temps réel.
- Développer des collaborations solides avec des influenceurs et des partenaires stratégiques pour renforcer l'image de marque et accroître la visibilité. Cela peut inclure des campagnes d'ambassadeurs de marque sur le long terme pour renforcer la crédibilité.
- Conduire des campagnes de co-création avec des partenaires et des influenceurs pour maximiser les retombées marketing. La co-création de contenu, comme des vidéos ou des articles, permet de produire des campagnes plus authentiques et engageantes.
- Concevoir des stratégies d'influence sociale visant à augmenter la croissance de l'entreprise et à maximiser l'engagement des publics cibles. Les techniques comme le seeding et l'UGC (User-Generated Content) peuvent aider à stimuler l'interaction organique autour des campagnes.
- Exploiter les données sociales pour orienter les décisions stratégiques et améliorer les performances des campagnes d'influence. Utilisation d'outils de social listening tels que Talkwalker pour identifier les tendances émergentes et adapter les stratégies d'influence.

INFLUENCE & E-REPUTATION (Spécialisation)

- Recueillir et analyser les opinions émises sur la marque et mesurer l'e-réputation.
- Créer des plans d'engagement ciblant les principales parties prenantes (internes et externes) pour les mobiliser sur les enjeux de la marque.
- Structurer les discours des porte-paroles de la marque et appréhender les techniques d'interviews
- Rédiger un plan de communication de crise.
- Identifier les leviers pour concevoir une stratégie d'influence et agir sur l'e-réputation.

EVENT STRATEGY & PRODUCTION (Spécialisation)

- Élaborer la stratégie événementielle d'une marque.
- Imaginer un concept événementiel dans l'ADN de la marque, multisensoriel et phygital.
- Développer la communication autour d'un événement.
- Identifier l'ensemble du processus de gestion / communication d'un événement (Corpo, Salons...)

DATA STRATEGY (Spécialisation)

- Définir et mettre en œuvre une stratégie data au service de l'expérience client.
- Définir une stratégie data au service de l'efficacité media.
- Mettre en place un dispositif de collecte et de gestion des données compliant.
- Analyser et optimiser la data collectée à l'aide d'outils de Dataviz.

RETAIL / E COMMERCE (Spécialisation)

- Définir une stratégie omnicanale expérientielle.
- Conduire un projet E-Commerce multi plateformes.
- Concevoir et mettre en place une stratégie de rétention clients.

ENTREPRENEURIAT (Spécialisation)

- Développer un projet à valeur ajoutée inscrit dans une démarche RSE.
- Construire un business plan.
- Pitcher un projet auprès d'investisseurs.

RÉMUNÉRATION - Pour un stage à 80%, la fourchette de rémunération mensuelle brute conseillée pour nos étudiants de Master se situe entre 1000.- CHF et 2500.- CHF. Rémunération différente à l'étranger selon la réglementation.