Stratégie Marketing Digital et Réseaux Sociaux pour les Domaines Viticoles

Non-certifiante | Formation continue

Réf. : 25172297F — Mise à jour : 19 juin 2025

Organisme responsable : **KR CONSEIL**

Présentation de la formation

Objectifs

À l'issue de cette formation, le participant sera capable d'élaborer et de mettre en place une stratégie marketing digital personnalisée, axée sur la mise en valeur de son produit. Cela se traduira par une meilleure visibilité du domaine viticole, une fidélisation accrue de la clientèle et un impact direct sur les ventes

Programme

Les bases du marketing digital pour créer de la valeur : Introduction au marketing digital pour les domaines viticoles Présentation des enjeux et opportunités spécifiques du digital pour le secteur viticole. Stratégie centrée sur la création de valeur : augmenter la visibilité, renforcer la marque et améliorer les ventes. Comprendre l'importance d'une stratégie de communication digitale dans la valorisation du domaine viticole (image de marque, savoir-faire, relation client).

- Diagnostic de la présence digitale du domaine Audit de la présence en ligne du domaine : site internet, réseaux sociaux, e-mail marketing. Analyse des forces et faiblesses actuelles pour identifier les axes d'amélioration. Définir des objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels). Élaboration d'un planning de contenu basé sur la saisonnalité et les événements du domaine. Stratégie de contenu alignée sur la proposition de valeur du domaine (art de la viticulture, héritage familial, vinification durable, etc.). Création d'un calendrier éditorial personnalisé

Développer une stratégie de contenu à forte valeur ajoutée : Les bases du Content Marketing pour les domaines viticoles Créer du contenu engageant : articles, vidéos, infographies, stories. Storytelling : raconter l'histoire du domaine pour renforcer l'attachement des clients.

- Choisir les plateformes les plus adaptées (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok). Optimisation des réseaux sociaux pour créer de la valeur
- Production de contenu visuel et vidéo Techniques de photographie et de vidéo pour mettre en valeur le domaine et les produits.

Connaissance de sa cible et de ses concurrents : Connaissance approfondie des cibles clients (Buyer Personas) Identifier les différents types de consommateurs de vin. Comprendre les besoins, motivations et freins des cibles B2B et B2C.

- Analyse des concurrents digitaux Étudier la présence digitale des concurrents directs et indirects. Identification des forces et faiblesses des stratégies concurrentielles : site web, réseaux sociaux, engagement client.

Fidélisation et automatisation pour créer de la valeur durable : Introduction à l'e-mail marketing pour un domaine viticole Création et gestion d'une base de données clients. Structurer des campagnes d'e-mailing : newsletters, offres spéciales, événements. Utilisation de l'e-mail marketing pour fidéliser les clients et générer des ventes. - Automatisation des campagnes d'e-mailing

Créer un programme de fidélisation efficace Concevoir des stratégies de fidélisation basées sur les abonnements, offres VIP et avantages exclusifs.

Analyse, ajustement et stratégie à long terme : Suivi et analyse des performances globales Optimisation continue de la stratégie digitale Élaboration d'une feuille de route à long terme

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée

Aucun prérequis

Niveau de sortie

Sans niveau spécifique

Métiers associés

E1101 — Animation de site multimédia

M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2018057S	Présentiel	Vannes	01/06/2025	31/12/2026

Source : GREF Bretagne #25172297F