

---

# Programme de Formation

---

## La boîte à outils du Marketing digital

---

### Organisation

---

**Durée :** 21 heures

**Mode d'organisation :** Mixte

---

### Contenu pédagogique

---



#### **Public visé**

- Responsable marketing, chef de produits et chef de marché
- Chef de projets marketing digital junior.



#### **Objectifs pédagogiques**

- Identifier toutes les composantes d'une stratégie marketing digital
- Remanier sa stratégie marketing en tenant compte des nouveaux enjeux
- S'approprier des outils au service de la digitalisation de sa stratégie marketing.



#### **Description**

##### Introduction

- Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques.

##### Définition et évolutions du marketing et des comportements des consommateurs au fil des années

- Marketing traditionnel vs Marketing digital

##### Panorama des leviers du marketing digital

- SEO / SEA / Réseaux sociaux / Emailing / Display / Affiliation
- Le modèle PESO

##### Construire une stratégie marketing digital et un plan d'action

- Réaliser un audit digital de l'organisation
- Réaliser étude de l'environnement de l'entreprise (marché, tendances, benchmark)
- Créer le parcours clients et identifier les points de frictions et les opportunités de contact
  - Funnel marketing (méthode AARRR, TMB)
- L'expérience client (UX) et stratégie omnicanal
- Définir les objectifs SMART et les KPIs
- Identifier le ou les personae
- Choisir les canaux
  - Les réseaux sociaux : stratégie, algorithmes, publicités, A/B testing
  - L'emailing : segmentation, automation
  - Le site internet / blog
  - LE SEO et le SEA (stratégie de mots clés, optimisation du site)
- Créer du contenu impactant (rédactionnel, visuels, storytelling)
- Construire le plan d'action opérationnel : calendrier éditorial, budget, ressources internes et externes.)
- Analyser la performance et mettre en place des outils de suivi





### **Prérequis**

- Pas de prérequis spécifique



### **Modalités pédagogiques**

- Tour de table pour validation des attentes spécifiques, des objectifs, du programme...
- Le formateur alterne entre méthode démonstrative, interrogative et mise en œuvre par des ateliers pratiques.
- Ordinateurs mis à disposition.



### **Moyens et supports pédagogiques**

- Un support de cours numérique ou papier sera remis à chaque participant.



### **Modalités d'évaluation et de suivi**

- La validation des acquis sera réalisée à travers un quiz, un auto positionnement et/ou une certification
- Une évaluation qualitative de la formation sera complétée par le stagiaire