

## Le marketing digital Programme de formation

### Intitulé : Marketing digital

Public : tous publics.

Prérequis :

aucun niveau de connaissances préalables n'est requis.

Objectifs :

- Saisir les enjeux du marketing digital
- S'approprier des principaux outils digitaux.
- Développer une stratégie digitale efficace.
- Maîtriser les réseaux sociaux
- Élaboration de son plan d'actions de communication.

### Contenu

Avant la formation

- Entretien avec le participant avant la formation pour connaître ses attentes et le contexte de l'intervention (remplissage d'un questionnaire onboarding)
- Identification des objectifs de la formation.
- Élaboration d'un programme de formation personnalisé.

Pendant la formation

#### LES PRINCIPES ET LES ENJEUX DE LA STRATEGIE MARKETING DIGITAL

- L'évolution des technologies et des usages.
- Les différentes stratégies : inbound marketing, storytelling et brand content.
- L'analyse d'audience, d'indicateurs et de données.
- Les enjeux du cross canal, la conversion et la fidélisation.

#### LES OUTILS DU WEBMARKETING

- Le référencement payant (SEM)
- Le référencement naturel (SEO)
- La publicité sur Internet (Display)
- Le ciblage retargeting
- L'expérience utilisateur (UX) et l'affiliation
- L'e-mail marketing.
- Le marketing d'influence

#### IDENTIFICATION ET ENJEUX DES DIFFERENTS RESEAUX SOCIAUX

- Comprendre le fonctionnement et les enjeux des différents réseaux sociaux
- Visualisation des chiffres des réseaux sociaux en 2023
- Analyser la cible des différents réseaux sociaux



---

## DEFINIR SA STRATEGIE DIGITALE

- Audit des médias sociaux actuels
- Définition des objectifs SMART
- Définition de sa cible client
- Analyse de la concurrence
- Définir sa stratégie de contenu et élaborer son calendrier éditorial

---

## UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX POUR VALORISER SON ENTREPRISE

- Création des pages professionnelles sur les différents réseaux sociaux
- Rédiger sa biographie
- Définir les thèmes et visuels des « Stories à la une »
- Découvrir Meta Business
- Optimiser ses pages professionnelles

---

## REDIGER SES PUBLICATIONS

- Comment rédiger des textes percutants pour les médias sociaux
- Les différents types de contenu existants
- Créer des visuels attrayants
- Introduction à l'outil CANVA en fonction de sa charte graphique
- Structuration des légendes avec ou sans l'IA
- Choix des hashtags
- Programmation des publications

---

## COMPRENDRE LES FONCTIONNALITES DES DIFFERENTS RESEAUX

- Découverte et analyse de l'interface des réseaux sociaux et compréhension de leurs fonctionnalités
- Organiser un jeu concours pour booster sa page professionnelle
- Connaître les algorithmes
- Définir les bons hashtags
- Créer des stories et réels pour développer sa visibilité

---

## CONCEPTION DE VIDEOS REELS

- Comment créer une vidéo de présentation de l'entreprise
- Utilisation de l'outil Capcut

---

## ANIMATION DES RESEAUX SOCIAUX

- L'importance de l'interactivité et de la routine d'engagement
- Gestion des avis et des commentaires

---

## ANALYSE DE DONNEES ET SUIVI

- Introduction aux indicateurs de suivi
- Comment analyse les données des médias sociaux
- Utilisation des outils d'analyse (Meta Business, Google Analytics)
- 

---

## LE PLAN D' ACTIONS DE COMMUNICATION INDIVIDUALISE

- Élaboration de votre plan d'actions de communication digitale globale.
- Définir la stratégie de contenu et élaborer son calendrier éditorial.
- Favoriser l'acquisition de leads.
- Optimiser sa newsletter.

### Moyens pédagogiques

- Formation individuelle ou collective en face à face.
- Notre intervenante : Estelle - Formatrice et Community manager depuis plus quatre ans.
- Elle alterne tout au long des sessions les exposés théoriques et les cas pratiques (cas concrets, exemples d'application)
- Utilisation de ressources Internet
- Mise en œuvre ciblée sur les outils et besoins du participant.

### Durée

40 à 60 heures (à déterminer en fonction des besoins et des objectifs).

### Suivi et évaluation

- Mises en application tout au long de la formation et réponse à des QCM reprenant les points abordés.
- Évaluation qualitative de fin de formation, analysée ensuite par l'équipe pédagogique.
- Attestation de formation remise au stagiaire.

### Contact

Isabelle Jariod    Responsable formation  
06 86 83 69 64 - isabelle.jariod@if-formation.fr