



Le Centre Français de Formation

L'art de maîtriser ses compétences

Programme de Formation Marketing Digital

Durée totale : 15 heures

Format : À distance (visioconférence)

Public cible : Entrepreneurs, responsables de communication, salariés, demandeurs d'emploi, ou toute personne souhaitant comprendre et utiliser les outils du marketing digital.

Prérequis :

- Savoir utiliser un ordinateur et naviguer sur Internet.
- Une connexion internet stable et un accès aux outils en ligne proposés.

Objectif principal : Acquérir les compétences essentielles pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer des actions de marketing digital.

Module 1 : Introduction au Marketing Digital et ses enjeux (1h)

- **Objectifs :** Comprendre les bases du marketing digital et ses leviers principaux.
 - **Contenus :**
 - Qu'est-ce que le marketing digital ? Définition et enjeux.
 - Panorama des leviers du marketing digital : SEO, SEA, réseaux sociaux, e-mailing, content marketing.
 - Différence entre marketing traditionnel et digital.
 - État des lieux des tendances actuelles (exemple : mobile, IA, influenceurs).
 - **Méthodes pédagogiques :** Exposé interactif + étude de cas concrets.
-

Module 2 : Stratégie de Marketing Digital (2h)

- **Objectifs :** Apprendre à élaborer une stratégie digitale adaptée à ses objectifs.
 - **Contenus :**
 - Définir ses objectifs SMART (visibilité, trafic, conversions).
 - Définir sa cible (persona) et comprendre le parcours client.
 - Élaborer un plan d'action digital (choix des leviers : réseaux sociaux, SEO, e-mailing).
 - Les outils pour suivre la performance : introduction à Google Analytics et KPI.
 - **Méthodes pédagogiques :** Atelier pratique : définition d'une stratégie pour un cas concret.
-



Le Centre Français de Formation

L'art de maîtriser ses compétences

Module 3 : Création et gestion d'une présence sur les réseaux sociaux (4h)

- **Objectifs** : Maîtriser les bases pour communiquer efficacement sur les principaux réseaux sociaux.
 - **Contenus** :
 - Présentation des plateformes principales : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Twitter.
 - Élaborer un calendrier éditorial : fréquence, types de contenu (vidéo, image, texte).
 - Outils de création de contenu visuel (Canva).
 - Stratégie publicitaire sur les réseaux sociaux : introduction aux campagnes sponsorisées (Facebook Ads).
 - **Méthodes pédagogiques** : Exercice pratique : création de contenus et programmation d'une publication.
-

Module 4 : Les fondamentaux du SEO (Référencement naturel) (3h)

- **Objectifs** : Comprendre comment améliorer la visibilité d'un site sur les moteurs de recherche.
 - **Contenus** :
 - Définition et fonctionnement du SEO.
 - Les 3 piliers du SEO : technique, contenu et popularité.
 - Recherche de mots-clés : outils et bonnes pratiques (Google Keyword Planner, Ubersuggest).
 - Optimiser le contenu d'une page : balises, titres, méta-description, images.
 - **Méthodes pédagogiques** : Atelier pratique : optimisation de pages pour le SEO.
-

Module 5 : Initiation au Content Marketing (2h)

- **Objectifs** : Créer des contenus pertinents et attractifs pour attirer et fidéliser une audience.
- **Contenus** :
 - Qu'est-ce que le Content Marketing et pourquoi est-il essentiel ?
 - Types de contenus : articles de blog, infographies, vidéos, newsletters.
 - Les principes d'une stratégie de contenu réussie.
 - Les outils pour créer des contenus engageants.
- **Méthodes pédagogiques** : Exercice : rédaction d'un article de blog ou création d'une infographie.



Le Centre Français de Formation

L'art de maîtriser ses compétences

Module 6 : L'e-mailing et la création de campagnes (2h)

- **Objectifs** : Concevoir des campagnes d'e-mailing efficaces pour fidéliser son audience.
 - **Contenus** :
 - Introduction à l'e-mail marketing : objectifs et outils (Mailchimp, SendinBlue).
 - Créer une campagne d'e-mailing : segmentation, objet, contenu, appel à l'action (CTA).
 - Analyse des résultats : taux d'ouverture, taux de clics, conversions.
 - **Méthodes pédagogiques** : Atelier pratique : création d'une campagne e-mailing.
-

Module 7 : Suivi et évaluation des performances (1h)

- **Objectifs** : Apprendre à mesurer l'efficacité de ses actions pour ajuster sa stratégie.
 - **Contenus** :
 - Présentation des principaux KPI (indicateurs clés de performance).
 - Découverte de Google Analytics pour le suivi du trafic et du comportement des utilisateurs.
 - Mesurer les performances des publications sur les réseaux sociaux.
 - Adapter et optimiser sa stratégie selon les résultats.
 - **Méthodes pédagogiques** : Étude de cas pratique : analyse d'un tableau de bord de suivi.
-

Modalités pédagogiques

- **Méthodes** :
 - Alternance d'apports théoriques, démonstrations en temps réel et ateliers pratiques.
 - Études de cas concrets pour chaque levier digital.
 - Supports pédagogiques fournis (guides, modèles de contenu, enregistrements des sessions).
 - **Outils utilisés** :
 - Plateforme de visioconférence (Zoom, Teams, etc.).
 - Outils gratuits ou freemium : Canva, Google Analytics, Mailchimp, Ubersuggest, etc.
-



Le Centre Français de Formation

L'art de maîtriser ses compétences

Modalités d'évaluation et de validation

- **Auto-évaluation en début et fin de formation.**
- **Réalisation d'exercices pratiques pour chaque module.**
- **Projet final : Élaboration d'une mini-stratégie de marketing digital (document à rendre).**
- **Attestation de suivi et d'achèvement de formation délivrée en fin de parcours.**