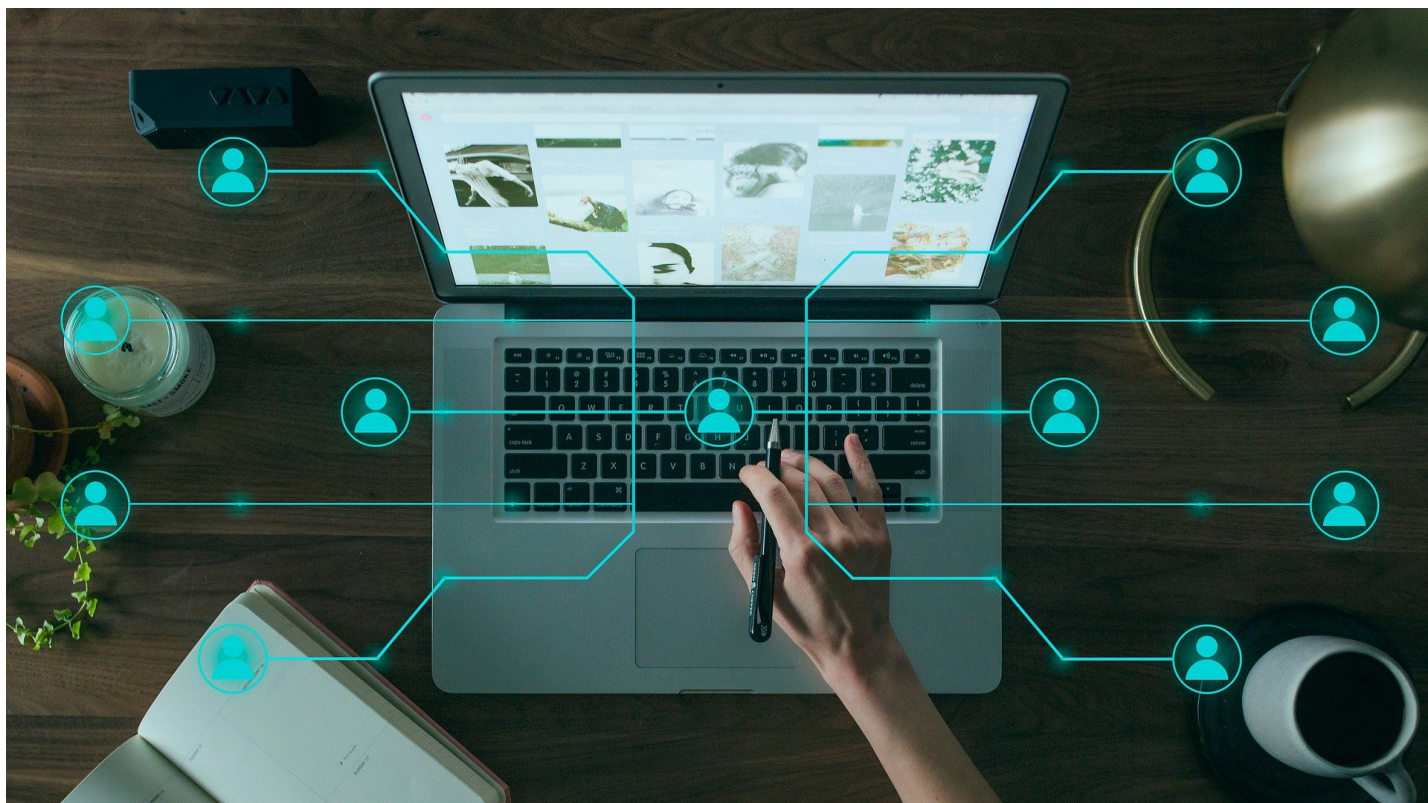




Mettre en place une stratégie digitale

Objectifs de formation

- Comprendre le marketing digital pour mettre en place et optimiser une campagne de communication.

Objectifs pédagogiques

- Définir le marketing digital
- Identifier sa cible
- Définir son objectif
- Mesurer ses actions de communication

Durée : 06 jours - 42 heures

Présentiel : Présentiel ou Classe virtuelle

Tarifs :

Tarif Inter : 3490 €

Dates :

Les 29 Avril + 06, 13, 20, 27 Mai + 03 Juin 2026

Prérequis

- Maîtriser l'outil informatique
- Avoir un projet nécessitant de communiquer sur le web

Public

- Toute personne ayant besoin d'acquérir des compétences en marketing digital pour gérer la communication numérique d'une entreprise

Programme

Définir le marketing digital

- Citer les bases de la communication digitale
- Identifier les levier du marketing digital
- Définir le vocabulaire de base
- Expliquer la stratégie Inbound Marketing
- Expliquer la stratégie Outbound Marketing
- Citer les tendances actuelles du Marketing digital

Identifier sa cible

- Identifier sa cible
- Définir les besoins de sa cible
- Communiquer vers sa cible

Définir son objectif

- Définir un objectif SMART

Mesurer ses actions de communication

- Expliquer l'intérêt de la mesure dans le marketing digital
- Lister les KPI pour une action de communication
- Définir les valeurs cibles avant de lancer une communication
- Suivre et optimiser une action de communication

Le + de cette formation

- Vous apprendrez à mettre en place une stratégie de communication globale, adaptée à votre cible et vous comprenez l'intérêt de la mesure pour optimiser votre communication.
- Vous comprendrez les attentes de votre cible et communiquerez vers elle de manière spécifique pour répondre à ces besoins.

Modalités pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
- Exercices d'applications construits à partir des informations transmises par le commanditaire
- Travail en sous-groupe
- Document de synthèse remis à l'issue de la formation
- Matériel : aucun

Modalités d'évaluation des acquis

- En amont de la formation : recueil des attentes, réunion de cadrage
- Pendant la formation : Test, QCM, cas pratiques, mises en situation
- En aval de la formation : évaluation à chaud, évaluation à froid.

Financement

- OPCO sous conditions
- Entreprise
- Individuel

Dates et horaires

- Intra-entreprise en concertation avec l'entreprise
- Inter-entreprises, selon planning de formation ORDIA
- Horaires de 8h30 à 12h00 et de 13h00 à 16h30

Prévention des ruptures de parcours en formation

- Création d'un climat bienveillant et inclusif dès le démarrage pour favoriser l'implication de chacun.
- Identification des niveaux et besoins individuels afin d'adapter le rythme et les explications (tour de table).
- Méthodes pédagogiques variées (démonstrations, cas pratiques, échanges collectifs) pour maintenir l'attention et l'intérêt.
- Questions fréquentes de la part de l'intervenant/e et valorisation des apports des participant·e·s pour renforcer l'engagement.
- Temps de reformulation ou appui individuel si nécessaire afin d'éviter le décrochage.