

Marketing Digital (20h)

Module 1 : Introduction au marketing digital (1h)

- **Définition et concepts clés** : Différence entre marketing traditionnel et digital.
- **Les avantages du marketing digital** : Mesurabilité, coûts, flexibilité.
- **Les différents canaux de marketing digital** : SEO, SEM, réseaux sociaux, email marketing, display, etc.
- **Panorama des métiers et compétences en marketing digital.**

Module 2 : Stratégie digitale (3h)

- **Définition d'une stratégie marketing digitale** : Objectifs, cibles et personas.
- **Les étapes de création d'une stratégie digitale** : Audit, planification, exécution, analyse.
- **Mise en place des KPI (Key Performance Indicators)** pour mesurer les performances.
- **Exemples concrets de stratégies digitales réussies.**

Module 3 : SEO (Optimisation pour les moteurs de recherche) (2h)

- **Introduction au SEO** : Fonctionnement des moteurs de recherche.
- **Recherche de mots-clés** : Utilisation des outils comme Google Keyword Planner.
- **SEO On-page et Off-page** :
 - Optimisation du contenu, des balises meta, titres, URL, etc.
 - Création de backlinks et bonnes pratiques de netlinking.
- **SEO technique** : Mobile-first, vitesse de chargement, structure du site.
- **Audit SEO et outils** : Introduction à Google Search Console et à d'autres outils comme SEMrush ou Ahrefs.

Module 4 : Publicité digitale (SEM & Social Ads) (4h)

- **Publicité sur Google Ads (SEM)** :
 - Création d'une campagne Search et Display.
 - Stratégie de ciblage et gestion des enchères.
 - Optimisation des campagnes et analyse des résultats.
- **Publicité sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn Ads)** :
 - Ciblage et personnalisation des audiences.
 - Création d'annonces attractives : visuels et copies.
 - Suivi des performances et ajustement des campagnes.

Marketing Digital (20h)

Module 5 : Réseaux sociaux et gestion de contenu (2h)

- **Les réseaux sociaux incontournables** : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok.
- **Stratégie de contenu** : Créer un calendrier éditorial et produire des contenus engageants.
- **Gestion des communautés et interaction avec les abonnés** : Techniques d'engagement.
- **Publicité organique vs payante** : Comment équilibrer les deux pour une visibilité optimale.
- **Outils de gestion des réseaux sociaux** : Introduction à Hootsuite, Buffer ou Later.

Module 6 : Création de site web e-commerce (4h)

- Introduction aux CMS (Wix, shopify, WordPress, etc.) et choix d'une plateforme adaptée.
- Principes de conception UX/UI pour un site e-commerce.
- Personnalisation de templates et optimisation SEO de base.

Module 7 : Analytics et suivi de la performance (2h)

- **Google Analytics** : Présentation et configuration de l'outil.
- **Suivi des objectifs et des conversions** : Paramétrer des objectifs pour mesurer les actions clés des visiteurs.
- **Analyse des données** : Comment interpréter les données de trafic, d'audience et de comportement.
- **Rapports et tableaux de bord** : Créer des rapports personnalisés pour suivre les indicateurs de performance.

Module 8 : Cas pratiques et projet final (2h)

- **Analyse de cas concrets** : Étude de stratégies de marketing digital réussies et identification des facteurs clés.
- **Mise en pratique** : Création d'une stratégie digitale complète pour un projet réel ou fictif.
- **Présentation et feedback** : Discussion sur les résultats et les axes d'amélioration.

Marketing Digital (20h)

Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser les principaux leviers du marketing digital.
- Être capable de mettre en place une stratégie digitale complète.
- Comprendre et utiliser les outils d'analyse pour optimiser les campagnes.
- Savoir créer et gérer des campagnes de publicité en ligne.
- Développer des compétences en SEO et en gestion des réseaux sociaux.

Moyens pédagogiques :

- Ateliers pratiques et études de cas réels.
- Accès aux outils professionnels : Google Ads, Google Analytics, outils SEO, plateformes de réseaux sociaux.
- Support de formation téléchargeable.
- Certificat de formation en marketing digital à la fin du programme.

Ce programme est conçu pour donner aux professionnels les compétences nécessaires pour exceller dans le marketing digital, tout en couvrant une variété d'aspects essentiels pour garantir une approche complète et pratique.