



Programme de Formation

Formation : Stratégie marketing digital avancée

DUREE TOTALE : A déterminer

FORMATION PRÉSENTIEL OU À DISTANCE

OBJECTIFS :

Construire une stratégie marketing digital avancée et cohérente
Choisir les bons leviers d'acquisition selon leurs objectifs
Optimiser les parcours clients et les tunnels de conversion
Exploiter les données pour piloter la performance
Automatiser et scaler leurs actions marketing
Maximiser le ROI des campagnes digitales

DUREE

A déterminer

PRE-REQUIS:

Connaissances de base en marketing digital
Utilisation régulière des outils numériques et des réseaux sociaux

PUBLIC:

Dirigeants, entrepreneurs, responsables marketing
Responsables communication / digital
Chargés de marketing confirmés
Indépendants et consultants
Toute personne souhaitant structurer une stratégie digitale performante



PROGRAMME DE FORMATION

MODULE 1 – VISION STRATEGIQUE ET POSITIONNEMENT DIGITAL

- Audit de l'existant (offre, marché, concurrence)
 - Définition des objectifs marketing (notoriété, leads, ventes, fidélisation)
 - Segmentation, ciblage et personas avancés
 - Proposition de valeur et différenciation digitale
 - Choix des canaux adaptés à la stratégie globale
-

MODULE 2 – ACQUISITION AVANCEE DE TRAFIC

- SEO avancé : stratégie de mots-clés, cocon sémantique, contenus à forte valeur
 - SEA & Social Ads : structuration de campagnes performantes
 - Publicité multi-plateformes (Google, Meta, LinkedIn...)
 - Stratégies de retargeting et audiences personnalisées
 - Optimisation des budgets publicitaires
-

MODULE 3 – CONVERSION & TUNNELS DE VENTE

- Conception de tunnels de vente performants
 - Landing pages à fort taux de conversion
 - Copywriting orienté performance
 - A/B testing et optimisation continue
 - Lead magnets, offres d'entrée et montée en gamme
-

MODULE 4 – DATA, ANALYTICS ET PILOTAGE DE LA PERFORMANC

- Indicateurs clés de performance (KPI)
 - Analyse des données marketing
 - Suivi des conversions et attribution
 - Lecture et interprétation des tableaux de bord
 - Ajustement stratégique basé sur la data
-



MODULE 5 – AUTOMATISATION, FIDELISATION ET SCALABILITE

- Marketing automation (emailing, scénarios automatisés)
- CRM et gestion de la relation client
- Stratégies de fidélisation et réactivation
- Scaling des actions marketing
- Plan d'actions stratégique personnalisé

MODALITES PEDAGOGIQUES :

- Apports théoriques structurés et illustrés par des exemples concrets
- Études de cas réels issus de différents secteurs d'activité
- Exercices pratiques individuels et collectifs
- Ateliers de réflexion stratégique
- Mises en situation professionnelles
- Analyse de stratégies digitales existantes
- Élaboration d'un plan marketing digital avancé personnalisé

METHODE D'EVALUATION DES ACQUIS :

- Études de cas
- Exercices pratiques
- Quiz de validation des connaissances
- Élaboration d'un plan marketing digital avancé

MODALITÉS D'ENCADREMENT :

- Formation animée par un formateur expert en marketing digital
- Accompagnement individualisé lors des ateliers
- Adaptation des contenus au niveau et aux besoins des stagiaires

DÉLAI DE RÉTRACTATION :

- Conformément à l'article **L6353-5 du Code du travail**, à compter de la signature du contrat de formation professionnelle, le stagiaire dispose d'un **délai de rétractation de 11 jours** calendaires.
- Le droit de rétractation peut être exercé par lettre recommandée avec accusé de réception adressée à l'organisme de formation.
- Aucune somme ne peut être exigée du stagiaire avant l'expiration de ce délai de rétractation.