L’AKADÉMIE DU DIGITAL · PROGRAMME DE FORMATION Certification Qualiopi en cours de préparation

Fondamentaux du Marketing Digital

FOR-MKT-M1-A · Marketing Digital & Communication

Comprendre les canaux, les leviers et la stratégie d'acquisition digitale

DURÉE
7 h

TARIF
450 € HT

PUBLIC
Entreprises & particuliers

DÉLAI D’ACCÈS
Accès sous 2 jours ouvrés après validation du besoin et des prérequis.

Tarifs indiqués « à partir de », hors devis spécifique et promotions. Prix HT, à partir de 2 participants. TVA 20 %.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'écosystème du marketing digital et ses principaux canaux
- Distinguer les leviers d'acquisition (SEO, SEA, social, email, display) et leur complémentarité
- Comprendre le parcours client (tunnel de conversion) et les notions d'audience et de ciblage
- Définir des objectifs et des indicateurs de performance (KPI) pertinents
- Construire les bases d'une stratégie digitale cohérente
- Connaître les outils essentiels et les bonnes pratiques (mesure, RGPD, éthique)

Public concerné

- Entrepreneurs, indépendants, responsables TPE/PME souhaitant développer leur présence digitale
- Personnes en reconversion ou en prise de poste marketing/communication
- Collaborateurs souhaitant comprendre les fondamentaux pour dialoguer avec des prestataires

Prérequis

- Savoir utiliser un ordinateur, un navigateur web et les réseaux sociaux.
- Avoir une activité ou un projet à promouvoir (un atout).
- Comprendre le vocabulaire professionnel courant.
- Aucune compétence technique en marketing n'est exigée.

Programme

THÉORIE Module Théorique — Comprendre l'écosystème du marketing digital

Ce module définit le marketing digital (évolution, enjeux, différences avec le marketing traditionnel) et dresse un panorama des canaux : site web, SEO, SEA, réseaux sociaux, emailing, display, affiliation, influence. Il présente le parcours client et le tunnel de conversion (acquisition, conversion, fidélisation), les notions d'audience, de ciblage et de personas, ainsi que les objectifs et KPI (trafic, leads, ROI, ROAS). Il aborde enfin les bonnes pratiques de mesure (analytics), de conformité (RGPD, consentement) et d'éthique.

Objectif : donner une vision claire de l'écosystème du marketing digital, de ses leviers et de la logique d'une stratégie d'acquisition.

- Panorama complet et accessible des canaux et leviers.
- Compréhension du parcours client et des KPI.
- Sensibilisation à la mesure, au RGPD et à l'éthique du marketing.

Évaluation : QCM sur les canaux et les notions clés, exercice d'association levier/objectif.

Accueil & présentation	15 min	Présenter le programme, les objectifs et le déroulé. Présentation orale, support visuel (slides), tour de table.	
Qu'est-ce que le marketing digital ?	40 min	Évolution, enjeux, différences avec le marketing traditionnel. Exposé interactif, exemples, échanges.	Questions orales ; QCM sur les notions.
Panorama des canaux	1h00	Site, SEO, SEA, réseaux sociaux, emailing, display, affiliation, influence. Exposé illustré, exemples de campagnes, panorama des leviers.	Exercice d'association levier/objectif.
Parcours client & ciblage	45 min	Tunnel de conversion, audience, ciblage, personas. Exposé, schéma du tunnel, exemples de personas.	QCM sur le parcours client.
Objectifs, KPI & bonnes pratiques	40 min	KPI (trafic, leads, ROI, ROAS), analytics, RGPD, consentement, éthique. Exposé, exemples de tableaux de bord, rappels RGPD.	QCM sur les KPI et la conformité.
Synthèse	10 min	Résumer les points clés et préparer l'atelier. Récapitulatif, feedback des participants.	QCM rapide de fin de module.

ATELIER **Atelier Pratique — Poser les bases de sa stratégie digitale**

À partir d'un cas fil rouge ou du projet réel du participant, les apprenants définissent la cible et les personas, cartographient les canaux pertinents selon l'objectif et l'audience, construisent un parcours client simple, choisissent les KPI à suivre et ébauchent une stratégie digitale priorisée (canaux, messages, indicateurs).

Objectif : repartir avec des personas, une cartographie des canaux et une ébauche de stratégie digitale priorisée avec ses KPI.

- Travail possible sur le projet réel du participant.
- Production de personas et d'une cartographie des canaux.
- Ébauche de stratégie digitale priorisée et choix des KPI.
- Approche concrète et directement exploitable.

Évaluation : production des livrables (personas, cartographie des canaux, ébauche de stratégie + KPI), restitution orale courte et revue collective.

Lancement de l'atelier	15 min	Présenter l'objectif et choisir son cas (réel ou fil rouge). Présentation, constitution des groupes.	
Cible & personas	45 min	Définir la cible et construire des personas. TP guidé, gabarit de persona, accompagnement.	Livrable : personas.
Cartographie des canaux	55 min	Identifier les canaux pertinents selon objectif et audience. TP collaboratif, matrice canaux/objectifs.	Livrable : cartographie des canaux.
Parcours client & KPI	45 min	Construire un parcours client simple et choisir les KPI. TP, schéma de parcours, sélection d'indicateurs.	Livrable : parcours + KPI.
Stratégie & restitution	25 min	Ébaucher une stratégie priorisée et la présenter. Modèle de stratégie, présentations courtes, feedback.	Évaluation sommative : ébauche de stratégie + QCM final.
Enquête de satisfaction	10 min	Recueillir la satisfaction à chaud. Questionnaire de satisfaction.	Enquête de satisfaction.

Modalités et moyens pédagogiques

Formation en présentiel dans nos locaux ou dans vos locaux, en groupe restreint. Alternance d’apports théoriques, d’ateliers pratiques et de mises en situation.

Matériel requis :

8 Go de Ram

Modalités d’évaluation

Évaluation des acquis en cours et en fin de formation, attestation de fin de formation remise à chaque stagiaire.

Accessibilité

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez-nous avant l’inscription pour étudier les aménagements nécessaires.

Financement

Devis ou convention de formation sur demande. La certification Qualiopi est en cours de préparation : l’éligibilité aux financements OPCO sera ouverte après son obtention.

Audit de certification prévu au T1 2027. Aucune éligibilité OPCO avant l’obtention.