

## Piloter et analyser les actions de marketing digital

*Cette formation permet de structurer, piloter et analyser efficacement les actions de marketing digital au service des objectifs business de l'entreprise.*

*Adoptant une approche pragmatique et orientée résultats, le programme s'appuie sur des situations concrètes et des outils directement transposables en contexte professionnel. Les participants apprennent à relier leurs actions webmarketing à des indicateurs mesurables afin d'optimiser leurs décisions et leurs investissements.*

*Le programme couvre :*

- La construction et l'arbitrage d'un budget webmarketing
- La planification et l'organisation des actions digitales
- La définition d'indicateurs de performance (KPI) alignés avec les objectifs business
- La création et l'exploitation de tableaux de bord de pilotage
- L'analyse des données (dont Google Analytics 4) pour ajuster les actions
- La mise en place d'une logique d'optimisation continue
- L'objectif est de permettre aux participants de passer d'une logique d'actions isolées à un pilotage structuré, mesurable et orienté performance.

**Durée :** 8.00 heures

### Profils des stagiaires

- Toute personne chargée de piloter des actions de marketing digital au service des objectifs business de l'entreprise. Elle concerne notamment les personnes amenées à suivre la performance des actions webmarketing et à orienter les décisions stratégiques.

### Prérequis

- Disposer d'actions de marketing digital en cours ou à venir à piloter (site web, campagnes, contenus, projets digitaux).
- Aucun prérequis technique avancé n'est nécessaire.
- Les pré-requis sont validés lors d'un échange avec le commanditaire du projet de formation et retranscrits dans le document de recueil des besoins. Il s'agit d'un document collaboratif partagé systématiquement avec le commanditaire à l'issue du premier entretien pour co-construire l'action de formation. Par ailleurs, nous adressons à chaque apprenant, 2 semaines avant le début de la formation, un questionnaire de préparation de la formation pour adapter au mieux la formation à ses besoins.

### Objectifs pédagogiques

- Élaborer un budget webmarketing aligné avec les objectifs business
- Prioriser les actions digitales en fonction des ressources et des enjeux
- Définir des indicateurs de performance (KPI) pertinents selon les objectifs fixés
- Construire un tableau de bord de pilotage webmarketing

- Analyser les données clés (dont Google Analytics 4) pour évaluer la performance
- Ajuster les actions marketing en fonction des résultats observés

### Contenu de la formation

- Budget webmarketing et priorisation des actions
  - Construction d'un budget prévisionnel webmarketing
  - Arbitrage des investissements selon les objectifs business
  - Priorisation des actions et allocation des ressources
  - Notions de ROI et de performance attendue
- Planning, organisation et pilotage opérationnel
  - Élaboration d'un planning réaliste
  - Organisation du projet et répartition des rôles
  - Coordination des actions webmarketing
  - Anticipation des risques et points de vigilance
- Définir et suivre les indicateurs de performance
  - Définition des KPI et indicateurs de performance
  - Choix des indicateurs selon les objectifs business
  - Lecture et interprétation des données clés
  - Logique d'optimisation continue
- Tableaux de bord et analyse des données
  - Construction d'un tableau de bord webmarketing
  - Principes de suivi et de reporting
  - Exploitation des données dans Google Analytics 4 (GA4)
  - Analyse des résultats pour orienter les décisions
  - Ajustement des actions en fonction des performances

### Organisation de la formation

#### Equipe pédagogique

Manager de transition digitale et formatrice, Céline exerce depuis 2023 dans le domaine du pilotage de projets webmarketing au service des objectifs business des entreprises. Elle accompagne les TPE, PME et grands comptes dans la structuration de leurs actions digitales, la mise en place d'outils de pilotage et de tableaux de bord, et l'analyse des performances pour orienter les décisions. Ses formations sont pragmatiques, basées sur des situations réelles, afin de permettre une application directe et efficace en contexte professionnel.

#### Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Apports méthodologiques structurés
- Cas pratiques appliqués
- Etudes de cas concrets
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Pour les formations en présentiel, des salles de formation agréables, lumineuses, spacieuses, modernes, équipées de connexion très haut débit, de grands écrans, et à proximité immédiate des transports.
- Pré-requis matériels : disposer d'un ordinateur. En cas de formation à distance, disposer également d'une connexion internet.
- Une semaine avant le début de la formation, nous donnons, à chaque participant, un accès sécurisé à notre plate-forme de formation en ligne (LMS : Learning Management System). L'apprenant accède via son extranet au livret d'accueil, au tuto de l'espace apprenant et au règlement intérieur.

## BlueMarketing Academy

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing

contact@bluemarketing.academy

www.bluemarketing.academy



### Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence signées en ligne depuis l'extranet de formation
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation transmis à la fin de la formation
- 10 jours avant l'entrée en formation : Nous transmettons à chaque stagiaire un questionnaire de préparation de la formation permettant d'adapter au mieux la formation à ses besoins.
- Pendant la formation : Le contrôle de connaissances et des acquis se font de façon continue via des quiz en ligne avec notation instantanée et des cas pratiques à réaliser. En fin de formation, les stagiaires restituent leurs travaux avec feedback du formateur.
- A l'issue de la formation : Nous adressons aux stagiaires un questionnaire de satisfaction à chaud et d'auto-diagnostic. Nous mesurons ainsi leur satisfaction et constatons directement l'évolution des compétences en comparaison avec les données recueillies avant la formation. Nous adressons un questionnaire d'évaluation au formateur.
- 15 jours après la fin de la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation au financeur (OPCO).
- Un mois après la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation aux différentes parties prenantes : commanditaire /manager.
- 3 mois après la formation : Nous transmettons au stagiaire un questionnaire d'évaluation à froid pour évaluer l'impact de la formation dans son activité professionnelle.

### Tarif de la formation

1600.00 €HT

**TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI**