

Stratégie d'acquisition digitale

Cette formation opérationnelle, basée sur des cas concrets, offre une analyse de positionnement en ligne (SEO, SEA, GEO, etc.) réalisée directement sur les sites des participants pour une application immédiate en situation professionnelle.

Durée : 8.00 heures

Profils des stagiaires

- Toute personne impliquée dans le développement, la communication ou la visibilité de son activité, disposant d'un site web (dirigeant, entrepreneur, responsable ou chargé de marketing/communication, chef de projet, responsable e-commerce, etc.).

Prérequis

- Disposer d'un site web à analyser.
- 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

- Identifier les principaux canaux d'acquisition digitaux et comprendre leur rôle
- Choisir les canaux les plus pertinents selon ses objectifs et son activité
- Analyser sa visibilité et son positionnement en ligne
- Réaliser un diagnostic de présence digitale à partir de son propre site
- Prioriser des actions concrètes d'optimisation à mettre en œuvre immédiatement

Contenu de la formation

- Les fondamentaux du marketing digital
 - Les fondamentaux du marketing digital aujourd'hui
 - Logique de parcours client et de tunnel de conversion
 - Rôle du digital dans la stratégie globale de l'entreprise
 - Panorama des leviers d'acquisition web
- Présentation détaillée des canaux d'acquisition et logique omnicanale
 - SEO, SEA, GEO, SMO, Display, Emailing, Affiliation, Marketplaces, Influence...
 - Avantages, limites et cas d'usage par canal
 - Notions de stratégie omnicanale
 - Tendances actuelles du marketing digital
- Visibilité en ligne, référencement et e-réputation
 - Les 3 piliers du référencement naturel (SEO)
 - Introduction au GEO et à l'impact des moteurs IA
 - Analyse des avis clients et de l'e-réputation
 - Facteurs clés de crédibilité et de visibilité en ligne
- Diagnostic de positionnement et outils d'analyse

- Outils professionnels d'analyse de visibilité et de positionnement
- Indicateurs clés à suivre selon ses objectifs
- Impact de l'intelligence artificielle dans l'analyse et la prise de décision

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Manager de transition digitale et formatrice, Céline intervient depuis 2023 auprès de TPE, PME et grands comptes. Ses formations sont pratiques et orientées métiers, basées sur des cas concrets issus des situations réelles des participants. L'intelligence artificielle est utilisée comme fil rouge, le web étant aujourd'hui l'un des domaines les plus impactés par ces évolutions.

Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Apports méthodologiques structurés
- Templates prêts à l'emploi
- Cas pratiques appliqués
- 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.

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