



**Carmen RODRIGUEZ**

## Programme de formation

**LES CLÉS DU MARKETING DIGITAL POUR LES  
CRÉATEURS ET REPRENEURS D'ENTREPRISE**



### Objectif général

Dans le cadre d'un projet d'entreprise ou professionnel, il s'agit d'acquérir les outils et compétences nécessaires pour la mise en place et le développement (ou le pilotage, si on le confie à un tiers) de la visibilité et la notoriété de l'activité à travers les dispositifs digitaux et Internet.

### Objectifs opérationnels

Les activités réalisables se résument en trois grands objectifs :

- Développer ses propres outils de présence en ligne
- Être bien référencé sur les moteurs de recherche
- Se donner une visibilité globale sur le Web et les médias sociaux



Pour cela, il s'agit de :

- Acquérir une vision globale des leviers du marketing digital, des pratiques actuelles et de ses tendances, des grands opérateurs et de leurs critères
- Être capable de concevoir et de mettre en œuvre chacune des facettes de cette activité de l'entreprise : préparer des contenus, concevoir et réaliser un site Web professionnel, référencer le site Web sur le mode naturel (SEO), développer une présence élargie sur le Web, établir des partenariats



### Public

Créateurs et repreneurs d'entreprise, demandeurs d'emploi, salariés, chefs d'entreprise. Les contenus de la formation sont adaptés aux niveaux de connaissances des bénéficiaires.



Référent pour les personnes en situation de handicap : Mme. Fatiha RUIZ, tél. 05 54 07 05 37



### Pré-requis

- Usage fluide de l'ordinateur
- Navigation fluide sur Internet et connaissance des codes standard de navigation
- Connaissance des codes standard d'utilisation d'applications mobiles

### Durée 21h00 heures

Rythme : à distance, 14 séances de 1h30 – en présentiel, 6 séances de 3h30  
Horaires et dates sur demande ou selon stipulé dans la convention de formation.

Nombre de stagiaires : 1 à 6

Modalités : à distance (visioconférence) ou en présentiel (81, 31, 82 ; autres départements, consulter)





## Tarif

55 € / heure de formation



## Modalités et délais d'accès

L'inscription est réputée acquise lorsque le devis, fiche de liaison, fiches de recueil des besoins stagiaires ont été validés, signés et retournés à la formatrice et lorsque les conventions ont été signées par toutes les parties.

Les délais d'accès à l'action sont à planifier ensemble et peuvent être immédiats après remise des documents susmentionnés.

## Contenu

### Introduction – durée : 1h00

- Spécificités et évolutions du digital pour le marketing et la communication
- Aspects, tendances et leviers de la stratégie Webmarketing
- Analyses d'audience : tableaux de bord, indicateurs et ROI
- Architecture et coulisses d'Internet et du Web
- Votre identité : graphique, éditoriale, sémantique



### Marketing de contenus – durée : 3h50

- Images, infographies, contenus audiovisuels
- Droits d'auteur des contenus publiés

### Création de site Web – durée : 5h30

- Langages de programmation, utilisation de modèles
- Utilisation de CMS

### Le référencement naturel (SEO) du votre site Web – durée : 4h20

- Comprendre le fonctionnement et les critères des moteurs de recherche
- Référencement onpage
- Auditer son site
- Les mots clé : critères, choix et utilisations
- Référencement local
- Référencement offpage, référencement sur les réseaux sociaux (SMO)

### Visibilité de marque, activité ou produit – durée : 5h10

- Une logique de réseau, UX/CX, qualité des contenus, IA
- Maillage Web
- Médias sociaux : choix, fonctionnalités et pratiques professionnelles
  - Panorama et usages différenciées des médias sociaux
  - Fonctionnalités et usages des principaux réseaux sociaux à usage professionnel
  - Stratégie, engagement, relation client
- Partenariats et influenceurs
- Médias et presse

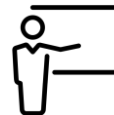


## E-réputation – durée : 1h10

- a. Prévoir : identité numérique
- b. Veiller : outils de veille pour la e-réputation
- c. Réagir : quelques reflexes à avoir

## Méthodes pédagogiques

Pour cette action de formation, nous allons alterner différentes méthodes pédagogiques. Des méthodes expositives et démonstratives pour la découverte et l'acquisition de nouvelles connaissances, des méthodes interrogatives pour actualiser, prendre conscience ou se remémorer des connaissances et compétences déjà acquises ; des méthodes actives pour expérimenter, mettre en œuvre, intégrer et partager ses expériences et connaissances.



## Outils et supports pédagogiques

Nous aurons deux études de cas qui constitueront deux fils conducteurs tout le long de la formation, l'un pour la production et l'autre pour l'observation, l'acquisition et la compréhension.

Sur cette base-là, nous ferons appel et mettrons en œuvre tantôt des exemples ou démonstrations, tantôt des séances de brainstorming ou de questions-réponses, beaucoup d'expérimentation et de production grandeur nature, en faisant appel aux connaissances et à la compréhension des stagiaires et en leur permettant de mettre en œuvre et d'expérimenter directement les différents outils et dispositifs.

Lorsque les séances intégreront plus d'un stagiaire, la dimension collaborative sera également activée par des productions communes, des séances de brainstorming et des partages d'expériences.

## Modalités d'évaluation

Avant la première séance de formation, un test de positionnement est réalisé pour connaître le niveau de compétences et de connaissances de chaque stagiaire. Celui-ci est sous la forme d'un questionnaire composé d'une quarantaine de questions divisées en 3 niveaux de difficulté différents et relatives aux différentes sous-thématiques de la formation.



En fin de formation, une évaluation sommative à lieu en présence de la formatrice. Celle-ci prend la forme d'un questionnaire sous le même modèle que celui du test de positionnement, auquel s'ajoutent quelques exercices pratiques à réaliser.

