

## RENFORCER SA VISIBILITE ET SON ACQUISITION GRACE AU MARKETING DIGITAL

<b>Durée</b>	14 heures, soit 2 jours	<b>Tarif</b>	INTER : 720 € HT /pers INTRA : à partir de 3200€ HT/groupe
<b>Public visé</b>	Toute personne amenée à développer la visibilité et la performance de son entreprise sur le web	<b>Pré-requis</b>	Maîtrise de la langue française Connaissances de base en informatique
<b>Lieu Modalité</b>	<input type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise <input type="checkbox"/> présentiel <input type="checkbox"/> distanciel	<b>Dates</b>	Voir catalogue

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, vous serez apte à identifier les principaux canaux du marketing digital, vous approprier ses avantages et ses défis, utiliser des outils de SEO, créer du contenu engageant pour les réseaux sociaux, utiliser les principales métriques et rapports de Google Analytics.

Vous serez capable d'évaluer l'impact du marketing digital sur les comportements de vos clients, d'analyser les tendances actuelles dans votre secteur et pour vos cibles, de développer une stratégie de marketing de contenu efficaces et de mesurer et optimiser vos performances de campagnes de marketing grâce à Google Analytics.

### CONTENU DU PROGRAMME

**Test de positionnement** : évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation.

#### 1- Comprendre les fondamentaux et enjeux du marketing digital (3h30 – 2 séquences)

- Comprendre les concepts fondamentaux du marketing digital
- Identifier les principaux canaux du marketing digital et leurs fonctions
- Connaître les comportements et parcours en ligne de vos cibles
- Analyser les tendances actuelles du marketing digital pour votre secteur

#### 2- Développer sa visibilité et sa notoriété en ligne (3h30 – 2 séquences)

- Construire une stratégie de présence sur le web : les bons canaux pour les bonnes cibles
- Optimiser son référencement naturel (SEO)
- Gérer la e-réputation de sa structure

#### 3- Créer et optimiser des contenus engageants pour le web (3h30 – 2 séquences)

- Produire des contenus adaptés à chaque canal
- Adopter une ligne éditoriale claire et engageante favorisant l'interactivité
- Utiliser les outils de gestion des réseaux sociaux pour planifier et publier du contenu

#### 4- Mesurer sa performance avec Google Analytics (3h30 – 1 séquence)

- Découvrir l'interface et les fonctionnalités de base de Google Analytics
- Analyser les indicateurs clés de performance (KPI)
- Analyser et interpréter les données pour ajuster sa stratégie marketing digital

**Evaluation finale** : évaluation de l'acquisition de l'ensemble des connaissances et compétences du parcours.

## SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Comprendre les enjeux du marketing digital** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur une immersion dans le programme. Le formateur revient sur le test de positionnement et introduit les fondamentaux du marketing digital : stratégie, cibles, outils, visibilité. Les stagiaires sont amenés à partager leur contexte et leurs expériences pour identifier leurs pratiques actuelles en matière de marketing digital, leurs réussites et leurs difficultés. Le formateur synthétise l'ensemble et expose les fondamentaux du marketing digital et ses principaux canaux : SEO, SEM, réseaux sociaux, e-mail marketing... L'acquisition des compétences est évaluée par un questionnaire direct.
- **Séquence 2 (2h) Décrypter les comportements et parcours utilisateurs** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'organise autour de cas pratiques réalisés individuellement ou en sous-groupes, permettant d'analyser les comportements et usages des cibles des participants. Le formateur alimente les concepts clés : tunnel de conversion, persona, points de friction... Collectivement, stagiaires et formateur analysent la présence en ligne de leur entreprise et identifient les leviers d'optimisation grâce à l'analyse des tendances marketing observées notamment auprès d'autres entreprises de leur secteur. Les productions permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 3 (1h30) Construire sa présence sur le web** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. A l'issue d'un focus du formateur, les stagiaires définissent les objectifs et cibles de leur stratégie de visibilité et identifient les canaux les plus à même d'y répondre. Le formateur alimente les réflexions des participants et introduit les fondamentaux du SEO et de la structuration des contenus en ligne comme levier essentiel de sa stratégie de marketing digital. Le formateur évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnaire direct.
- **Séquence 4 (2h) Gérer sa e-réputation** [présentiel ou distanciel] : Dans cette séquence, le formateur amène les stagiaires à explorer leur e-réputation : quelle est l'image de leur entreprise sur internet ? S'imaginant dans la peau de leur cible, les stagiaires analysent les points forts et les points d'amélioration à apporter. Le formateur réalise un focus sur l'outil Google My Business et sur les bonnes pratiques et les pièges à éviter en matière de e-réputation professionnelle. Les productions permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 5 (1h30) Produire des contenus pertinents et engageants** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur introduit les principes de base de la rédaction web et du storytelling. Les stagiaires créent des exemples de contenus à partir de leur activité (articles de blocs, vidéos, infographies...) en mettant en pratique leurs connaissances SEO. L'accent est mis sur l'accroche, l'utilisation des mots-clés, la structuration du contenu, la création de visuels, le call to action... Le formateur répond aux questions et alimente les réflexions en cours des participants, notamment sur la déclinaison de la stratégie marketing digital en ligne éditoriale engageante et favorisant les interactions communautaires. Les productions permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 6 (2h) Favoriser l'interaction avec sa communauté** [présentiel ou distanciel] : Pour aller plus loin en matière d'interactions, le formateur établit une liste de bonnes pratiques et pièges à éviter. Il présente une série de cas pratiques afin que les stagiaires, individuellement ou en sous-groupes, définissent une méthodologie de réponse aux commentaires et posts de leur communauté. Le formateur synthétise les productions et introduit des scénarios de gestion de communauté favorisant la modération des échanges, ainsi que des outils de gestion et d'automatisation. Les productions permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 7 (3h30) Utiliser Google Analytics pour piloter ses actions** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur propose une exploration guidée de l'interface Google Analytics et de ses fonctionnalités. Les stagiaires apprennent à suivre les indicateurs principaux de performance clés : trafic, durée de session, taux de rebond, conversions... Des exercices guidés permettent de comprendre, d'analyser et d'interpréter les données et d'éditer un rapport, outil d'aide à la décision. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.

En présentiel et distanciel synchrone, des temps de pause réguliers sont aménagés entre les séquences et en fonction des activités pédagogiques. Ces temps de récupération favorisent l'assimilation des connaissances, le maintien de la concentration, la convivialité entre participants et la qualité globale des apprentissages.

## METHODES MOBILISEES

- **Méthodes pédagogiques variées** : alternance d'approches expositive, interrogative et active favorisant l'engagement, la créativité et la mémorisation. Les participants expérimentent des modalités adaptées à différents styles d'apprentissage : apports théoriques, travaux de groupe, études de cas, jeux de rôle, ateliers pratiques, discussions dirigées, apprentissage par projet, démonstrations, brainstorming, feedback et évaluations formatives. En distanciel, chaque séquence intègre au moins une activité pédagogique interactive (quiz, étude de cas, mise en situation, forum collaboratif) d'une durée moyenne d'environ 15 minutes, afin de garantir l'implication active des participants et la consolidation des acquis à distance.
- **Supports et ressources pédagogiques** : mise à disposition de ressources diversifiées pour créer un environnement d'apprentissage riche et stimulant : présentations, tableaux blancs, affiches, graphiques, fiches de travail, études de cas, supports imprimés et numériques, vidéos, quiz interactifs, sondages, applications web, plateformes d'apprentissage et équipements techniques adaptés (ordinateur, vidéoprojecteur, logiciels dédiés).
- **Accompagnement et assistance pédagogiques** : animation de l'ensemble des séquences par un formateur référent garantissant le suivi du groupe et l'adaptation aux besoins individuels. L'accompagnement comprend l'accueil et la mise en confiance, l'encadrement des activités, la gestion des dynamiques de groupe, les feedbacks réguliers et le suivi post-formation favorisant la transposition des acquis en situation de travail.

## MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Modalités d'accès et d'accompagnement** : Les participants peuvent s'inscrire auprès de nos équipes dans la limite des places disponibles, jusqu'à la veille de la session. L'employeur veille à respecter les éventuels délais imposés par un financeur tiers.  
L'assistance technique et administrative est assurée par nos équipes avant, pendant et après la formation : conventions, convocations, règlement intérieur, accueil, suivi administratif et financier, délivrance des attestations, traitement des réclamations... Nos équipes sont joignables du lundi au vendredi de 9h à 18h au 01 42 96 09 27 ou par mail [asforest@asforest.com](mailto:asforest@asforest.com). En cas d'indisponibilité, une réponse est apportée sous 48h ouvrés.
- **Lieux et moyens techniques mis à disposition** : Les espaces de formation ASFOREST, équipés d'écrans, tableaux, ordinateurs, accès Internet et outils numériques, offrent des conditions optimales d'apprentissage et d'échanges.
  - Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de notre politique accessibilité, nous invitons tout participant à nous informer en amont de toute situation de handicap ou besoin d'adaptation afin de prévoir les aménagements nécessaires, en lien avec notre référent handicap.
  - En cas de formation organisée hors du centre (en entreprise), ASFOREST s'assure en amont que les conditions matérielles et techniques sont adaptées au bon déroulement de la session. Cette vérification est réalisée en lien avec le lieu d'accueil, qui met à disposition les moyens nécessaires à la réalisation des activités prévues.
- **En distanciel, conditions techniques requises** : Chaque participant doit disposer d'un ordinateur connecté à Internet (connexion stable pour le visionnage de vidéos et l'accès à une plateforme en ligne), d'un micro et d'une caméra fonctionnels pour participer aux classes virtuelles, d'une adresse mail active, et d'une aisance suffisante dans l'utilisation des outils numériques de base (navigation web, visioconférence, téléchargement de documents).

## MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

**Evaluations pédagogiques** : Partie intégrante du parcours de formation, leurs coûts sont inclus dans le tarif global.

- **Positionnement** : évaluation initiale pour identifier le niveau de maîtrise du stagiaire, ses besoins et ses attentes afin d'adapter le parcours et, le cas échéant, de proposer un accompagnement individualisé.
- **Continue** : évaluations formatives pour vérifier la compréhension, l'assimilation et la mise en œuvre progressive des compétences. Ces temps d'échanges et de feedback favorisent l'ancrage des apprentissages.
- **Finale** : évaluation sommative pour mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques et valider les compétences acquises. Elle peut également servir à définir, le cas échéant, un plan de consolidation post-formation.

**Suivi post-formation** :

- À l'issue du parcours, chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation précisant la durée, les objectifs visés et leur niveau d'atteinte évalué en fin de formation. Un certificat de réalisation est transmis au financeur et à l'employeur, en justification de la réalisation effective de l'action. Un relevé de présence peut être remis sur demande, à titre d'information complémentaire sur l'assiduité des participants.
- Une enquête de satisfaction est réalisée auprès des participants (à chaud à la fin de la formation, puis à froid trois mois après) ainsi qu'auprès des employeurs. Ces retours permettent d'évaluer la satisfaction, la transférabilité des acquis en situation de travail et la contribution de la formation à la montée en compétences.

