



# MAÎTRISER LE MARKETING DIGITAL : STRATÉGIES ET TECHNIQUES AVANCÉES

 06 69 45 00 41

 [gammaskills11@gmail.com](mailto:gammaskills11@gmail.com)

### Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, ou par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débiter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

### Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel en région parisienne

### Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : 06 69 45 00 41 / gammaskills11@gmail.com

### Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.

### Prérequis d'accès à la formation

Aucun prérequis

### Public concerné

Public souhaitant approfondir ses connaissances et développer des compétences en animation de formation, que ce soit dans un cadre pédagogique, professionnel ou associatif. Cette formation s'adresse aux formateurs, enseignants, intervenants ou tout professionnel amené à concevoir et animer des sessions de manière dynamique et engageante.

### Objectifs et compétences visées

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Élaborer des stratégies digitales avancées adaptées à leurs objectifs.
- Maîtriser les outils et techniques avancées du marketing digital (SEO, SEA, réseaux sociaux, email marketing, analytics).
- Concevoir et mettre en place des campagnes performantes.
- Analyser les performances et optimiser les actions marketing en continu.
- Intégrer l'automatisation et la personnalisation pour améliorer les résultats.

### Méthodes pédagogiques mobilisées

- Apports méthodologiques structurés illustrés par des exemples concrets issus du contexte de l'entreprise
- Études de cas pratiques basées sur des situations réelles de marketing opérationnel
- Ateliers d'application permettant la conception d'actions marketing directement exploitables
- Mises en situation professionnelles (analyse de visibilité, choix d'outils digitaux, suivi d'indicateurs)
- Accompagnement individualisé avec évaluations formatives et retours personnalisés sur les travaux réalisés

### Durée

30 heures

### Tarif

900 € TTC

## Planning de formation

### Jour 1 – Introduction et stratégie marketing digital avancée (6h)

08h30 – 10h00 : Introduction au marketing digital avancé

- Différences entre marketing traditionnel et digital.
- Panorama des tendances et leviers du marketing digital.

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Élaborer une stratégie digitale avancée

- Définition des objectifs stratégiques (SMART).
- Identification des KPIs pour chaque objectif.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Sélectionner et utiliser les bons canaux

- SEO, SEA, emailing, réseaux sociaux, content marketing.

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 17h00 : Déterminer les ressources nécessaires et le budget

- Estimation des coûts, allocation du budget et outils à utiliser.

### Jour 2 – SEO et référencement avancé (6h)

08h30 – 10h00 : Comprendre les bases du SEO avancé

- Techniques avancées de SEO (SEO on-page, off-page).

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Optimiser le contenu pour le SEO

- Création de contenu optimisé, recherche de mots-clés, SEO copywriting.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Outils et techniques de suivi SEO

- Google Analytics, Google Search Console, SEMrush, Ahrefs.

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 17h00 : Stratégies de backlinking et autorité de domaine

- Développer des stratégies pour augmenter l'autorité du site.

### Jour 3 – Publicité payante et campagnes avancées (6h)

08h30 – 10h00 : Publicité en ligne avancée

- Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads : paramétrage et ciblage.

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Remarketing et ciblage d'audience

- Techniques de remarketing avancées, segmentation d'audience.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Optimisation des campagnes publicitaires

- Ajuster les enchères, le ciblage, tester des créatifs.

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 17h00 : Mesurer et optimiser les performances des campagnes

- Analyse des résultats et ajustements stratégiques.

#### **Jour 4 – Réseaux sociaux et contenu engageant (6h)**

08h30 – 10h00 : Stratégies avancées de marketing sur les réseaux sociaux

- Choisir la bonne plateforme, comprendre l'algorithme.

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Créer un contenu engageant sur les réseaux sociaux

- Vidéo marketing, images, hashtags, stories.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Utilisation des outils de gestion des réseaux sociaux

- Hootsuite, Buffer, Sprout Social, outils d'analyse.

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 17h00 : Stratégie d'influence et partenariats

- Collaborations avec des influenceurs, gestion des relations publiques.

#### **Jour 5 – Analyse, suivi et optimisation (6h)**

08h30 – 10h00 : Analyse des données et des performances

- Google Analytics 4 et outils de tracking.

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Mesurer le retour sur investissement (ROI) des campagnes

- Calculs et ajustements en fonction des données obtenues.

12h00 – 13h00 : Pause déjeuner

13h00 – 14h30 : Optimisation continue des campagnes

- A/B testing, tests multivariés et recommandations.

14h30 – 14h45 : Pause

14h45 – 17h00 : Préparer une campagne complète et présentation finale

- Création d'une campagne marketing digital de A à Z, présentation des projets.

#### **Méthode d'évaluation**

Évaluation finale sous forme de QCM, questions écrites et cas pratique.