

Formation Marketing numérique – Parcours complet

Bloc 1 : Fondamentaux et stratégie marketing numérique

- **Objectif** : Poser des bases solides pour aligner ses actions Web sur les objectifs réels de l'entreprise.
- **Programme** :
 - Analyse de l'écosystème numérique actuel et tendances.
 - Définition des personas d'acheteurs et cartographie du parcours client (Buyer Journey).
 - Structuration des canaux avec le modèle POEM (Paid, Owned, Earned Media).
 - Formulation de la proposition de valeur et alignement des indicateurs clés (KPI).
- **Atelier pratique** : Élaboration de la matrice stratégique et création d'une fiche persona opérationnelle.

Bloc 2 : SEO, visibilité moteurs et recherche IA

- **Objectif** : Travailler son positionnement organique sur Google et anticiper l'impact de la recherche générative par IA.
- **Programme** :
 - Piliers du SEO : Technique, Contenu, Netlinking et Expérience utilisateur (UX).
 - Recherche de mots-clés stratégiques et analyse de l'intention de recherche.
 - Optimisation on-page (structure de page, balises HTML, rédaction web).
 - Stratégie Google Business Profile (référencement local) et préparation aux moteurs de recherche IA (Perplexity, SGE, ChatGPT).
- **Atelier pratique** : Mini-audit SEO de son propre site et sélection de mots-clés prioritaires.

Bloc 3 : Réseaux sociaux, stratégie de contenu et Meta

- **Objectif** : Bâtir une ligne éditoriale captivante, structurer sa présence et exploiter l'écosystème Meta.
- **Programme** :
 - Choix des plateformes pertinentes selon sa cible (LinkedIn, Instagram, Facebook).
 - Établissement des piliers de contenu et création d'un calendrier éditorial efficace.
 - Utilisation de l'IA générative pour accélérer la production de visuels et de textes.
 - Gestion de la communauté et prise en main de Meta Business Suite.

- **Atelier pratique** : Conception d'un calendrier de publication sur un mois et rédaction d'une publication optimisée.

Bloc 4 : Mesure des performances GA4 & Introduction à la publicité

- **Objectif** : Analyser le trafic de son site et comprendre la mécanique des campagnes payantes (SEA / Social Ads).
- **Programme** :
 - Configuration et prise en main de Google Analytics 4 (GA4) : événements, conversions et rapports.
 - Lecture des données clés d'acquisition et comportement des utilisateurs.
 - Principes de la publicité en ligne : fonctionnement des enchères sur Google Ads et Meta Ads.
 - Conception d'annonces efficaces et optimisation de la page de destination (Landing Page).
- **Atelier pratique** : Analyse d'un tableau de bord GA4 et structuration d'une première campagne publicitaire.