



## PROGRAMME

Formation Marketing Digital  
Opérationnel

TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES

SOFT SKILLS

MARQUE EMPLOYEUR

HANDICAP

PARCOURS CERTIFIANTS

PRÉVENTION

## CENTRE

### DE FORMATION PROFESSIONNELLE

depuis 2007

**Qualiopi**  
processus certifié

Certification qualité délivrée au titre  
de la catégorie «Actions de formation»

# PARMI NOS THÉMATIQUES

**Devictio**  
formations

## Informatique & Management

- Informatique / Bureautique
- PAO - 3D - Vidéo
- Web / E-Marketing
- Management / Communication
- Juridique / Comptabilité
- Commercial/Efficacité professionnelle
- Handicap
- QVCT / RPS
- Marque employeur
- Parcours certifiants

**MAGNIS**  
FORMATION  
by Devictio

## Sécurité & Prévention

- AIPR
- SST (Sauveteur Secouriste du Travail) / MAC SST
- Habilitations électriques
- CACES
- Manipulation d'extincteurs
- Hygiène alimentaire
- Travail en hauteur
- CSE SSCT
- Geste & posture TMS
- Sécurité Incendie

**Pixio**  
by Devictio

## E-Learning & Développement personnel

- Langues étrangères
- Développement commercial DISC & WPMOT
- Développement personnel
- E-learning
- Marketing Entreprise
- Parcours en digital

# DES FORMATIONS

## QUALIFIANTES ET CERTIFIANTES



“ Tous nos formateurs sont des consultants et des professionnels **experts** dans leur domaine d'intervention [...] ”

### VOUS ÊTES

Une entreprise et vous souhaitez développer les compétences de vos salariés ? Renforcer votre marque employeur ? Renforcer la prévention et la sécurité dans vos locaux ?

Un particulier (salarié ou demandeur d'emploi) et vous souhaitez acquérir ou renforcer vos compétences sur les outils informatiques, en soft skills ou en développement personnel ? Obtenir une certification professionnelle ?

### NOS SOLUTIONS

Formation en groupe ou sur-mesure, en centre ou sur site. Présentiel, distanciel, e-learning, apprentissage mixte (blended learning). Nos stages comprennent des mises en situation et de nombreux travaux pratiques. Nos certifications professionnelles vous permettront de mettre en avant votre expertise.

### NOS FORMATEURS

Nos formateurs sont à la fois professionnels et intervenants, ils vous font bénéficier de leur expérience professionnelle cumulée à leur compétence pédagogique. Quel que soit votre niveau, ils sauront vous écouter et vous accompagner pour vous aider à acquérir toutes les compétences nécessaires.

FAITES NOUS PART DE VOTRE PROJET

**04 72 64 25 19**

[formation@devictio.fr](mailto:formation@devictio.fr)

## Formation Marketing Digital Opérationnel



**Référence :** PCEMB666B

**Nombre de stagiaires max :** 5

### **Public en situation de handicap :**

Notre organisme est charté Handicap +. Chaque apprenant en situation de handicap peut effectuer une demande d'adaptation de sa formation à l'adresse suivante : [handicap@devictio.fr](mailto:handicap@devictio.fr)

### **Public visé :**

Tout public.

### **Objectifs :**

- Savoir élaborer une stratégie en marketing digital
- Gérer la mise en pratique de la communication webmarketing
- Évaluer les performances et suivre l'impact de la communication en ligne

### **Compétences visées :**

Acquérir une compréhension approfondie du référencement naturel (SEO)  
Maîtriser la création et le suivi de campagnes sur Google Ads  
Développer et mettre en œuvre une stratégie efficace sur les réseaux sociaux  
Utiliser l'e-mailing de manière experte  
Effectuer un suivi rigoureux et optimiser le retour sur investissement (ROI)

### **Moyens techniques et pédagogiques :**

Mises en situation par le biais d'exercices.  
Répétitions des manipulations pour mémoriser l'utilisation des outils présentés.  
Un ordinateur par personne.  
Support de cours remis sur clé USB ou en format papier à la fin de la formation.

## Modalités d'évaluation :

évaluation pédagogique (orale et/ou écrite) effectuée à la fin de la formation afin d'attester l'acquisition de compétences. Exercice de synthèse.

## Validation de la formation :

Attestation de fin de formation envoyée par mail.

**Pré-requis** : Savoir utiliser un ordinateur et internet

**Durée** : 10 jour(s) / 70 heures

## Points abordés :

### 1/ Principes fondamentaux du marketing en ligne et du SEA (14 h)

#### 1 – Introduction au marketing numérique

- Concepts de base du marketing en ligne
- Divers canaux et leviers pour attirer des visiteurs et des clients sur le web
- Analyse de l'audience en ligne et évaluation des performances des actions de marketing électronique
- Établissement d'objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels)
- Étude du contexte du marché et formulation d'une stratégie appropriée
- Gestion de la réputation en ligne
- Mise en place d'une veille permanente en marketing numérique
- Étude de cas : identification du public cible et création d'objectifs SMART

#### 2 – Utilisation de Google Ads

- Compréhension du fonctionnement de la publicité en ligne
- Navigation dans l'interface de Google Ads
- Élaboration d'une stratégie publicitaire efficace
- Utilisation de l'outil de planification des mots clés Google Ads
- Étude de cas : Préparation d'une campagne publicitaire Google Ads

#### 3 – Création et gestion de campagnes publicitaires

- Configuration de Google Ads, sélection du réseau de recherche et/ou du réseau display
- Segmentation des activités en groupes d'annonces
- Contrôle du budget et gestion de la diffusion des annonces
- Rédaction d'annonces convaincantes

#### 4 – Optimisation des campagnes publicitaires

- Amélioration des pages de destination et du Quality Score
- Évaluation des performances des annonces et des conversions
- Étude de cas : analyse d'un rapport Google Ads

## 2/ Fondamentaux du référencement naturel / SEO (14 h)

#### 1 – Importance de la recherche de mots-clés

- Utilisation des outils disponibles pour la recherche de mots-clés
- Méthodes pour découvrir et tester des mots-clés pertinents
- Exploration du concept de longue traîne
- Techniques de rédaction adaptées au web

#### 2 – Vue d'ensemble du référencement naturel

- Principes de base et concepts essentiels
- Fonctionnement et règles des moteurs de recherche (Google, Edge, Yahoo, Ecosia, Qwant)
- Algorithmes et évolution constante
- Critères de pertinence pris en compte par les moteurs de recherche
- Conséquences de la dépendance à Google
- Facteurs pouvant nuire à la visibilité d'un site web et pratiques prohibées
- Analyse et optimisation d'un site web pour améliorer son classement dans les résultats de recherche
- Étude de cas : évaluation du positionnement d'un site web

#### 3 – Optimisation d'un site web pour le référencement naturel

- Optimisation des éléments « on-page » tels que les URL, les titres de page, les balises META, le contenu textuel et la structure interne
- Stratégies « off-page » comprenant le netlinking, la création d'un sitemap et l'utilisation des outils pour webmasters des moteurs de recherche
- Pratiques à éviter et exigences récentes des algorithmes de recherche
- Audit de l'ergonomie et de l'optimisation SEO, suivi et maintenance du site
- Indicateurs de performance à surveiller pour maximiser le retour sur investissement
- Étude de cas : optimisation d'un site web

## 3/ Stratégie sur les réseaux sociaux et marketing par email (28 h)

#### 1 – Introduction aux médias sociaux

- Compréhension des plateformes sociales et de leur panorama
- Importance de la présence sur les réseaux sociaux
- Exploration des principaux réseaux sociaux tels que Facebook, X, LinkedIn, Instagram, TikTok, et autres

## 2 – Développement d'une stratégie sociale

- Choix des réseaux sociaux en adéquation avec la stratégie de marketing en ligne
- Création de profils ou de pages professionnelles
- Analyse de l'existant, veille et étude des pratiques sociales
- Élaboration d'une charte éditoriale et anticipation de la gestion de crise en ligne (gestion de la réputation)
- Expansion et fidélisation d'une audience qualifiée
- Utilisation du mix POEM (Paid, Owned, Earned Media)
- Engagement et consolidation de la communauté en encourageant le contenu généré par les utilisateurs (UGC)
- Outils de suivi, retour sur investissement (ROI) et retour sur l'investissement social (RPI)
- Mise en place d'une stratégie de marketing d'influence
- Étude de cas : définition d'une stratégie sociale

## 3 – Utilisation des outils publicitaires sur Facebook et LinkedIn

- Sélection de types de campagnes appropriés
- Définition des audiences et de la géolocalisation
- Gestion du budget et création d'annonces
- Utilisation des outils de mesure du retour sur investissement (ROI) social
- Étude de cas : création d'une campagne publicitaire sur Facebook et LinkedIn

## 4 – Élaboration d'une stratégie d'emailing

- Fondamentaux de l'emailing
- Rédaction efficace d'emails et de newsletters
- Exploration d'outils tels que MailChimp, SendinBlue, MailKitchen

## 5 – Gestion de listes d'abonnés

- Création et gestion de formulaires d'inscription
- Administration des abonnés
- Suivi des statistiques relatives aux listes

## 6 – Utilisation de modèles d'emailing

- Sélection et personnalisation de modèles prédéfinis
- Création et sauvegarde de modèles personnalisés

## 7 – Gestion de campagnes et rapports d'emailing

- Différents types de campagnes d'emailing
- Création, édition et envoi de campagnes
- Outils d'analyse du retour sur investissement (ROI)
- Étude de cas : création d'une campagne de marketing par email

## 4/ Fondamentaux de l'analyse web (14 h)

### 1 – Introduction à l'analyse web

- Principes de base
- Caractéristiques de Google Analytics
- Fonctionnalités principales
- Création de compte et installation du code de suivi

### 2 – Analyse de rapports

- Exploration des rapports en temps réel, sur l'audience, les sources de trafic, le contenu et les conversions
- Étude de cas : analyse d'un rapport Google Analytics

### 3 – Optimisation du retour sur investissement

- Suivi des conversions
- Analyse marketing
- Évaluation de l'efficacité des campagnes en ligne et hors ligne
- Étude de cas : élaboration de tableaux de bord et de KPI

## Mise en pratique



## NOS TARIFS

INTER dans nos locaux	4990 €* (499 €* / jour)
INTRA dans toute la France	sur devis

\* Nos formations ne sont pas soumises à la TVA



# FINANCEMENT



## COMMENT FINANCER SA FORMATION ?

IL EXISTE PLUSIEURS DISPOSITIFS DE FINANCEMENT

- Compte Personnel de Formation (CPF)
- AIF (Pôle Emploi)
- FNE-Formation
- Fonds d'assurances formations (FAF)
- Contrats cadres
- Opérateurs de compétences (OPCO)
- Plan de Développement des compétences



## CONTACTEZ NOUS !

04 72 64 25 19



[magnis-formation.fr](http://magnis-formation.fr)



[pixio-formation.fr](http://pixio-formation.fr)



[devictio.fr](http://devictio.fr)

## CENTRE

## DE FORMATION PROFESSIONNELLE

📍 12 place Bir Hakeim - 69003 Lyon (siège)

📍 57 rue d'Amsterdam - 75008 Paris

✉ [formation@devictio.fr](mailto:formation@devictio.fr)

**f** [facebook.com/organisme.de.formation](https://facebook.com/organisme.de.formation)

**in** [fr.linkedin.com/company/devictio](https://fr.linkedin.com/company/devictio)

📷 [instagram.com/devictioformations](https://instagram.com/devictioformations)