



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

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

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)

Introduction au marketing numérique

- Concepts clés du marketing digital : leviers, objectifs et tendances actuelles
- Panorama des canaux : SEO, SEA, réseaux sociaux, email, marketing de contenu, affiliation, etc.
- Compréhension du parcours client et logique de conversion omnicanale
- Définition d'objectifs marketing SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels)
- Création de personas et construction d'une stratégie orientée utilisateurs
- Surveillance de la réputation en ligne et gestion des avis
- Veille concurrentielle, technologique et sectorielle
- Étude de cas : diagnostic marketing et élaboration d'une stratégie cible

Utilisation de Google Ads

- Fonctionnement des campagnes digitales et rôle du SEA dans une stratégie globale
- Navigation dans la nouvelle interface Google Ads
- Compréhension des types de campagnes (Search, Display, Performance Max, Discovery)
- Utilisation de l'outil de planification des mots-clés et des audiences personnalisées
- Étude de cas : création d'une stratégie d'acquisition via Google Ads

Création et gestion de campagnes publicitaires

- Configuration des campagnes : ciblage, formats, objectifs, budgets
- Structuration du compte : campagnes, groupes d'annonces, annonces textuelles et responsives
- Utilisation des extensions d'annonces (liens, appels, formulaires, images)
- Création de messages publicitaires impactants et orientés conversion

Optimisation des campagnes publicitaires

- Optimisation des pages d'atterrissage et amélioration du Quality Score
- Suivi des conversions et ajustement en fonction des indicateurs de performance
- Étude de cas : interprétation des données et axes d'optimisation

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

Importance de déterminer ses mots-clés

- Outils professionnels de recherche : Google Search Console, SEMrush, Ahrefs, Ubersuggest
- Identification des intentions de recherche (informationnelle, navigationnelle, transactionnelle)
- Approche sémantique et longue traîne
- Techniques de rédaction optimisée SEO (balises, densité, structuration)

Vue d'ensemble du référencement naturel

- Fonctionnement des moteurs : crawl, indexation, ranking
- Évolution des algorithmes : BERT, MUM, Helpful Content, Core Updates
- Importance des signaux UX (Core Web Vitals, mobile-first, HTTPS)
- Risques liés aux pratiques black hat
- Étude de cas : audit de visibilité d'un site

Optimisation d'un site web pour le référencement naturel

- Optimisation on-page : balises HTML, titres, maillage interne, contenus
- Optimisation off-page : stratégie de backlinks, netlinking éthique
- Outils d'audit et de suivi SEO : Screaming Frog, SEOobserver, PageSpeed Insights
- Audit complet et mise en place d'un plan d'action SEO
- Étude de cas : optimisation technique et éditoriale

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

Introduction aux médias sociaux

- Panorama des plateformes sociales et dernières tendances (TikTok, Threads, X, LinkedIn, Instagram)
- Rôle des réseaux sociaux dans la stratégie d'acquisition et de fidélisation
- Décryptage des fonctionnalités natives et nouvelles opportunités (live, reels, UGC, stories...)

Développement d'une stratégie sociale

- Choix des plateformes selon les cibles et les objectifs
- Élaboration d'une ligne éditoriale et d'un calendrier de publications
- Engagement communautaire et contenus interactifs
- Approche POEM : Paid, Owned, Earned Media

- Étude de cas : conception d'une stratégie social media multicanale

Utilisation des outils publicitaires sur les réseaux

- Meta Business Suite : gestion de campagnes sur Facebook et Instagram
- LinkedIn Ads : campagnes B2B, InMail, génération de leads
- Ciblage, A/B testing, analyse de performance et optimisation
- Étude de cas : lancement et pilotage d'une campagne sociale

Élaboration d'une stratégie d'emailing

- Bonnes pratiques et réglementation (RGPD, opt-in, délivrabilité)
- Rédaction d'emails attractifs : objet, visuel, call-to-action
- Utilisation d'outils : Brevo, Mailchimp, MailerLite

Automatisation et gestion de campagnes

- Segmentation avancée des listes d'abonnés selon le comportement utilisateur
- Création de parcours automatisés (workflows) pour l'onboarding, la relance ou la fidélisation
- Gestion des formulaires d'inscription et synchronisation CRM / emailing
- Suivi des performances : taux d'ouverture, de clics, de désabonnement

Utilisation de modèles d'emailing

- Choix et personnalisation de templates selon la charte graphique
- Création responsive d'emails compatibles multi-supports
- Tests A/B sur objets, visuels ou call-to-action

Gestion de campagnes et rapports d'emailing

- Conception, planification et envoi de campagnes ciblées
- Analyse des indicateurs clés (KPI) et optimisation des performances
- Étude de cas : création d'une campagne de nurturing ou de fidélisation

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

Introduction à l'analyse web

- Principes de base de la webanalyse et rôle dans l'amélioration continue
- Présentation de Google Analytics 4 (GA4)
- Installation du tag via Google Tag Manager
- Configuration des événements, conversions et objectifs personnalisés

Analyse de rapports

- Lecture des rapports GA4 : acquisition, comportement, engagement, conversions
- Utilisation des rapports exploratoires et création de segments personnalisés
- Étude de cas : analyse comportementale et détection de points de friction

Optimisation du retour sur investissement

- Suivi des entonnoirs de conversion (funnel) et analyse des abandons
- Utilisation des tableaux de bord (Data Studio / Looker Studio)
- Mesure de la rentabilité des campagnes digitales et allocation budgétaire
- Étude de cas : création de tableaux de bord et choix d'indicateurs clés (KPI)

Mise en pratique

- Travaux dirigés : création et optimisation de campagnes sur différents canaux
- Études de cas réels ou sectoriels
- Présentation de projets marketing digitaux (stratégie, exécution, reporting)

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



pixio-formation.fr



devictio.fr

CENTRE

DE FORMATION PROFESSIONNELLE

📍 12 place Bir Hakeim - 69003 Lyon (siège)

📍 57 rue d'Amsterdam - 75008 Paris

✉ formation@devictio.fr

f facebook.com/organisme.de.formation

in fr.linkedin.com/company/devictio

📷 instagram.com/devictioformations