

Programme de formation

« Marketing Digital : attirer, engager et fidéliser sur Internet »

Programme mis à jour le 01/09/2025

Pour qui ?

Cette formation s'adresse aux dirigeants, salariés et/ou managers de TPE/PME, artisans, micro-entrepreneurs et associations.

Prérequis

Afin de suivre cette formation dans de bonnes conditions, il est indispensable de disposer d'un ordinateur avec une connexion internet stable. Aucune connaissance préalable n'est nécessaire.

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation l'apprenant sera capable de promouvoir son entreprise, ses produits et ses services sur internet ; générer du trafic sur son site de manière organique et payante ; communiquer sur les réseaux sociaux ; créer une communauté engagée sur les réseaux sociaux ; suivre et analyser les actions.

Accessibilité aux personnes handicapées

Pour toute demande liée à une situation de handicap, vous pouvez contacter Sofiane El Khilaly par mail sur sofiane@alseed.tech ou par téléphone au 06 68 05 88 18.

Méthodes mobilisées

La formation sera dispensée par les méthodes suivantes : exposé oral du formateur, ateliers pratiques, échanges avec les stagiaires, documents mis à disposition, retranscription des séances.

Module 1 : Référencement naturel / SEO

- ♦ Comprendre les avantages du SEO et ses enjeux marketing.
- ♦ Mettre en place une stratégie SEO sur son site web au niveau national et/ou local.
- ♦ Réaliser une étude de mots-clés.
- ♦ Effectuer un audit technique et sémantique.
- ♦ Optimiser les pages de son site : balises métadonnées, maillage interne, cocon sémantique.
- ♦ Rédaction des contenus : pages, articles, fiches produits.
- ♦ Suivi des actions mises en place avec modifications, le cas échéants.

Spécialisation sur les CMS suivants : WordPress, Shopify, Prestashop et Wix.

Module 2 : Référencement payant / SEA

- Définition du référencement payant, différence entre SEO et SEA, avantages et limites
- Les fondamentaux de Google Ads, le fonctionnement des enchères et mots-clés
- Création et optimisation des campagnes Google Ads, annonces et suivi des performances
- La publicité sur les réseaux sociaux (social ads), différences entre les plateformes, ciblage et stratégie de budget.
- Stratégies avancées et optimisation des campagnes
- Analyse et suivi des performances, utilisation de Google analytics, lecture des indicateurs.
- Cas pratiques et erreur à éviter, mise en situation et plan d'action pour optimiser des campagnes.

Module 3 : Réseaux sociaux

- ♦ Définir les objectifs marketing : création d'une communauté, augmenter le trafic vers le site, accroître les ventes, obtenir plus de leads, etc.
- ♦ Définir les réseaux sociaux adaptés à son entreprise en fonction de sa cible.
- ♦ Élaborer une stratégie de contenus.
- ♦ Utiliser un calendrier éditorial.
- ♦ Créer les visuels à l'aide de l'outil Canva.
- ♦ Programmer les posts sur plusieurs semaines / mois.
- ♦ Suivre les publications et affiner la stratégie, le cas échéant.

Spécialisation sur les réseaux sociaux suivants : Facebook, LinkedIn et Instagram.

Durée

La formation dure 1 journée pour un total de 7 heures.

Tarif

- 700€/participant
-
-

Modalités d'évaluation

L'acquisition des connaissances sera évaluée par une mise en pratique prévoyant l'optimisation d'une page article/fiche produit ; création du calendrier éditorial pour le blog ; création du planning éditorial des réseaux sociaux ; création et optimisation de campagnes publicitaires.

Modalités d'accès et contact

Pour toute demande, merci de contacter Sofiane El Khilaly par email sofiane@alseed.tech ou par téléphone au 06 68 05 88 18.

Pour vous inscrire à la formation, il vous suffit d'envoyer un mail à cette même adresse au plus tard 1 semaine avant le début de la formation. Votre demande sera traitée dans un délai de 2 jours ouvrés.