Formation Stratégie Digitale (niveau 2)

Cette formation de 4 jours (28h) permet aux participants d'aller au-delà des bases du webmarketing pour concevoir, déployer et mesurer une stratégie digitale complète, alignée avec les objectifs de leur structure.

Le programme intègre les tendances et outils de 2025 : IA générative appliquée au marketing, nouvelles pratiques SEO/SEA, social media avancé, contenus vidéos performants, automatisation marketing et analyse de données.
Chaque séquence combine apports théoriques, ateliers pratiques et études de cas afin de permettre une mise en application immédiate dans le contexte professionnel des apprenants.

Formateur·rice(s) :

- Marine Drouart

Objectifs visés

- Identifier les indicateurs clés de performance (KPI) adaptés à un projet.
- Réaliser un audit de présence digitale multi-canaux.
- Construire une grille d'analyse concurrentielle.
- Comprendre l'impact des nouvelles pratiques (IA générative, SEO conversationnel, recherche vocale).
- Identifier les opportunités sur les plateformes émergentes.
- Anticiper l'évolution des usages.
- Définir une ligne éditoriale alignée avec la stratégie business.
- Créer un calendrier éditorial avancé incluant storytelling & formats variés.
- Intégrer le SEO/SEA et le SMO (réseaux sociaux) dans la cohérence de diffusion.
- Identifier les formats vidéos les plus performants (shorts, reels, live, webinaires).
- Concevoir un storyboard rapide et adapté à chaque canal.
- Définir les bonnes pratiques pour optimiser la diffusion (titres, sous-titres, call-to-action).
- Maîtriser les leviers (SEO avancé, publicité social ads & Google Ads, influence marketing).

Méthodes d'évaluation

- Cas pratique
- Quiz

- Comprendre les logiques d’entonnoir de conversion (funnel marketing).
- Élaborer une campagne multi-canaux cohérente.
- Concevoir une séquence d’email nurturing.
- Paramétrer un workflow automatisé (ex : MailerLite, Substack).
- Savoir segmenter et personnaliser les messages en respectant le RGPD.
- Utiliser Google Analytics 4, Search Console et Meta Insights.
- Lire et interpréter des dashboards pour ajuster la stratégie.
- Synthétiser l’ensemble des acquis dans un plan digital à 6 mois.
- Savoir présenter et défendre ses choix stratégiques.
- Formaliser une feuille de route actionnable (objectifs, moyens, planning).

Déroulé pédagogique

Journée 1

- Diagnostic et audit digital avancé
- Déjeuner
- Tendances 2025 & nouvelles plateformes

Journée 2

- Stratégie éditoriale multicanale
- Déjeuner
- Vidéo & formats immersifs

Journée 3

- Stratégies d’acquisition avancées
- Déjeuner
- Emailing & automation

Journée 4

- Mesure et analyse de la performance
- Déjeuner
- Plan stratégique & soutenance finale

Informations complémentaires

Durée : 28 heures de formation sur 4 jours

Pré-requis :

Public concerné : – Entrepreneurs, indépendants, responsables communication ou marketing souhaitant concevoir, piloter et optimiser une stratégie digitale complète. – Toute personne ayant déjà des bases en communication digitale et désirant acquérir une autonomie avancée dans l'utilisation des leviers actuels (contenus, vidéo, social media, acquisition, data).

Tarif 1 250,00 € HT (Exonération de TVA - Art.261.4.4° a du CGI)