

Responsable marketing digital – Débutant : les compétences clés

Comprendre les enjeux et les modèles du marketing digital à l'ère numérique

PUBLIC

Futur Responsable Marketing Digital – Professionnels en reconversion souhaitant acquérir des compétences en marketing digital – Toute personne intéressée par le marketing digital et l'IA.

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire

NIVEAU D'EXPERTISE

Fondamentaux

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Dispositif de formation structuré autour du transfert des compétences
- Acquisition des compétences opérationnelles par la pratique et l'expérimentation
- Apprentissage collaboratif lors des moments synchrones
- Parcours d'apprentissage en plusieurs temps pour permettre engagement, apprentissage et transfert
- Formation favorisant l'engagement du participant pour un meilleur ancrage des enseignements

SATISFACTION ET EVALUATION

- L'évaluation des compétences sera réalisée tout au long de la formation par le participant lui-même (auto-évaluation) et/ou le formateur selon les modalités de la formation.
- Evaluation de l'action de formation en ligne sur votre espace participant :
 - ▶ A chaud, dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l'évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation. Avec votre accord, votre note globale et vos verbatims seront publiés sur notre site au travers d'Avis Vérifiés, solution Certifiée NF Service
 - ▶ A froid, 40 jours après la formation pour valider le

Code
702808

Durée
3 jours / 21 heures

Tarif Inter*
1 950 € HT

**Repas inclus (en présentiel)*

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les bases du marketing digital et l'impact de l'IA.
- Apprendre à utiliser les outils essentiels pour la performance digitale.
- Découvrir les stratégies de base pour les différents canaux digitaux.
- Mettre en pratique les connaissances acquises à travers des cas concrets

Programme de la formation

Engagement

Vous vous engagez dans votre formation. Connectez-vous sur votre espace participant et complétez votre questionnaire préparatoire. Votre formateur reçoit vos objectifs de progrès.

Fondamentaux et Découverte des Outils

Introduction au Marketing Digital et à l'IA (3h)

- Vocabulaire et concepts clés du marketing digital.
- Comportements consommateurs et leviers marketing de base.
- Introduction à l'IA et ses applications simples en marketing.
- Présentation des principaux canaux : SEO, SEA, réseaux sociaux, emailing.
- Définition d'objectifs SMART et mesure des résultats de base.
- Cas d'étude : Exemple d'une campagne simple optimisée par l'IA.

Mise en Pratique avec les Outils Essentiels (4h)

- Création et configuration de comptes Google Analytics et Google Ads.
- Prise en main d'outils de gestion des réseaux sociaux.
- Atelier : Création d'une campagne Google Ads simple.
- Atelier : Programmation de publications sur les réseaux sociaux.

Stratégies de Base et Optimisation

Stratégies de Base par Canal (3h)

transfert de vos acquis en situation de travail

- Suivi des présences et remise d'une attestation individuelle de formation ou d'un certificat de réalisation

ACCOMPAGNEMENT FORMATION À DISTANCE

En cas de nécessité, une assistance technique et pédagogique est joignable entre 8h30 et 18h (jours ouvrés):

- par téléphone : 01 83 10 10 10
- par mail : care-formation@lefebvre-dalloz.fr

Une réponse immédiate est apportée ; si besoin, le demandeur est mis en relation avec un expert dans un délai maximum de 48h.

- SEO : Les fondamentaux pour améliorer la visibilité.
- SEA : Création d'annonces simples et efficaces.
- Réseaux sociaux : Stratégies de contenu de base pour l'engagement.
- Emailing : Création de campagnes simples.
- Introduction à l'UX et au parcours client.

Optimisation et Mesure des Performances (4h)

- Analyse des données de base avec Google Analytics.
- Introduction aux tests A/B.
- Création de tableaux de bord simples pour les KPIs.
- Utilisation de l'IA pour l'analyse de données simples.

Introduction aux Réseaux Sociaux et à la Gestion de Communauté

Panorama et Stratégie Social Media de Base (3h)

- Présentation des principales plateformes sociales et leurs spécificités.
- Étapes de base pour une stratégie social media.
- Création d'une ligne éditoriale simple.
- Introduction à la publicité sociale.

Gestion de Communauté et Bases du Social Media (4h)

- Gestion de base des espaces sociaux (Facebook, Instagram, etc.).
- Introduction aux collaborations avec des influenceurs.
- Organisation de base du dispositif social media.
- Introduction aux KPIs et à l'optimisation de l'engagement.

Transfert

Votre parcours de formation se poursuit dans votre espace participant. Connectez-vous pour accéder aux ressources et faciliter la mise en œuvre de vos engagements dans votre contexte professionnel.

A noter

En amont et en aval de la formation, le positionnement pédagogique sera effectué à l'aide d'un questionnaire d'auto-positionnement.

Prochaines sessions

...

PARIS

- 26-27-28 Aoû. 2026
- 25-26-27 Nov. 2026

A DISTANCE

- 25-26-27 Nov. 2026

