



ANNEE  
ACDEMIQUE

**2024**

## Formation en Marketing Digital Intelligent 2.0

**12 MOIS**

---

Cette formation est conçue pour vous apprendre à concevoir des stratégies créatives en incluant des outils de l'Intelligence Artificielle pour booster un business en ligne.

## OBJECTIFS

- Acquérir les fondamentaux du marketing digital et comprendre son fonctionnement global.
- Maîtriser les techniques clés comme le référencement naturel, le marketing de contenu, la gestion des réseaux sociaux et la publicité en ligne.
- Savoir analyser les données web à l'aide d'outils d'analyse et en tirer des informations utiles.
- Développer une stratégie marketing digitale complète: définition des objectifs, ciblage, planning, suivi des résultats.
- Maîtriser les outils du marketing relationnel comme la gestion de la relation client et des campagnes emailing.
- Intégrer le marketing digital aux autres canal hors ligne pour une communication omnicanale.
- Valider ses compétences par une certification reconnue délivrée par des organismes spécialisés.
- Accompagner les entreprises dans la mise en place de leurs actions de marketing digital.
- Se professionnaliser dans un domaine en forte croissance et demande pour faciliter l'insertion professionnelle.

## OBJECTIFS

- Acquérir les fondamentaux du marketing digital et comprendre son fonctionnement global.
- Maîtriser les techniques clés comme le référencement naturel, le marketing de contenu, la gestion des réseaux sociaux et la publicité en ligne.
- Savoir analyser les données web à l'aide d'outils d'analyse et en tirer des informations utiles.
- Développer une stratégie marketing digitale complète: définition des objectifs, ciblage, planning, suivi des résultats.
- Maîtriser les outils du marketing relationnel comme la gestion de la relation client et des campagnes emailing.
- Intégrer le marketing digital aux autres canal hors ligne pour une communication omnicanale.
- Valider ses compétences par une certification reconnue délivrée par des organismes spécialisés.
- Accompagner les entreprises dans la mise en place de leurs actions de marketing digital.
- Se professionnaliser dans un domaine en forte croissance et demande pour faciliter l'insertion professionnelle.

## Module 1 : INTRODUCTION AU MARKETING DIGITAL

1. Les fondamentaux du marketing traditionnel et du marketing digital
2. Les principales tendances et évolutions du marketing digital
3. Les différents canaux du marketing digital (SEO, SEM, réseaux sociaux, email marketing, marketing d'affiliation, etc.)
4. Les outils et les plateformes utilisés dans le marketing digital
5. Étude de cas : Analyse de campagnes de marketing digital réussies

## Module 2 : STRATEGIE DE MARKETING DIGITAL

1. Définition des objectifs et des indicateurs clés de performance (KPIs)
2. Création de persona, identification de la cible et segmentation du marché
3. L'analyse de la concurrence et des tendances du marché
4. Élaboration d'une stratégie de contenu
5. Établissement d'un plan d'action pour la mise en œuvre de la stratégie
6. Étude de cas : Analyse de stratégies de marketing digital de grandes entreprises

## Module 3 : CREATION D'UN SITE WEB CONVAINCANT & OPTIMISATION DES MOTEURS DE RECHERCHE (SEO) : CAS DE WORDPRESS

1. Comprendre les bases du référencement naturel (SEO)
2. Recherche de mots clés et optimisation du contenu
3. Établissement de liens (link building) et promotion du contenu
4. Étude de cas : Audit SEO d'un site web et recommandations d'optimisation

## Module 4 : RESEAUX SOCIAUX ET COMMUNITY MANAGEMENT

1. Etude et stratégies de marketing sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.)
2. Création et gestion de pages professionnelles sur les réseaux sociaux
3. Planification et publication de contenu engageant
4. Gestion de la relation client sur les réseaux sociaux
5. Étude de cas : Analyse de campagnes réussies sur les réseaux sociaux

## Module 5 : PUBLICITE EN LIGNE (SEM)

1. Introduction à la publicité en ligne (SEM)
2. Utilisation de Google Ads pour créer des campagnes publicitaires efficaces
3. Gestion des mots clés, des enchères et des budgets publicitaires
4. Suivi et optimisation des campagnes publicitaires
5. Les stratégies avancées de publicité et de promotion
6. Étude de cas : Création et gestion d'une campagne publicitaire sur Google Ads

## **Module 6 : MARKETING DE CONTENU AVANCE ET STORYTELLING**

- 1. L'élaboration d'une stratégie de marketing de contenu (Brand content, Content marketing & Calendrier de contenu)**
- 2. Rédaction et création de contenu engageant et persuasif (Types de contenu, Adobe Photoshop, Canva et Wordpress)**
- 3. Les principes du storytelling dans le marketing digital (Dans le Brand content & le Content marketing)**
- 4. L'utilisation d'outils et de plateformes de gestion de contenu**
- 5. Promotion et distribution du contenu**
- 6. Étude de cas : Création d'un plan de contenu et production de contenu de qualité**

## **Module 7 : MARKETING RELATIONNEL**

- 1. Comprendre le cycle de vie du client**
- 2. Personnaliser les communications**
- 3. Développer des relations durables avec les clients**
- 4. Mettre en place des programmes de fidélisation**

## **Module 8 : EMAIL MARKETING ET AUTOMATION**

- 1. La création de listes de diffusion et de campagnes d'e-mails**
- 2. Utilisation de l'email marketing pour la génération de leads et la fidélisation des clients**
- 3. Création et optimisation de campagnes d'email marketing**
- 4. Utilisation d'outils d'automation pour le marketing par email**
- 5. Analyse des résultats et optimisation des campagnes**
- 6. Étude de cas : Création et envoi d'une campagne d'email marketing**

## Module 9 : MARKETING D'INFLUENCE

1. Compréhension du marketing d'influence et de son impact
2. Identification et sélection des influenceurs pertinents
3. Mise en place de partenariats avec les influenceurs
4. Suivi et mesure des résultats des campagnes d'influence
5. La gestion de la réputation en ligne et la résolution des problèmes
6. Étude de cas : Analyse de campagnes de marketing d'influence réussies

## Module 10 : E-COMMERCE ET MARKETING DE CONVERSION

1. Compréhension du marketing de conversion et de l'expérience utilisateur
2. Optimisation des pages de destination (landing pages) et des parcours d'achat
3. Utilisation de tests A/B pour améliorer les taux de conversion
4. Mise en place de stratégies de vente en ligne et d'optimisation des sites e-commerce
5. Utilisation de techniques de persuasion et de marketing automation pour augmenter les conversions
6. Étude de cas : Analyse de sites e-commerce et recommandations d'optimisation

## Module 11 : UTILISATION DES CHATBOTS D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LE MARKETING DIGITAL

- 1. Introduction aux chatbots d'IA et leur utilité dans le marketing digital**
- 2. Les différents types de chatbots et leurs fonctionnalités**
- 3. Conception des dialogues et des scénarios de chatbot**
- 4. Personnalisation et adaptation des chatbots aux besoins spécifiques du marketing digital**
- 5. Utilisation des chatbots pour le support client et la gestion des requêtes**
- 6. Éthique et bonnes pratiques dans l'utilisation des chatbots**
- 7. Étude de cas : Exemples d'utilisation des chatbots dans des campagnes de marketing digital**