

## PRE-REQUIS

- Sensibilisation aux technologies
- Disposer d'un site internet et/ou de RS
- Disposer de temps pour réaliser les exercices
- Rester curieux sur l'actualité technologique

## PUBLIC CONCERNÉ

- Gérant d'entreprise
- Salariés / employés
- Pharmaciens
- Autres

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Apprendre à analyser les éléments stratégiques
- Comprendre le mécanisme du web
- Réaliser une stratégie complète
- Mettre en place les outils de suivi

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Carnets pédagogiques
- Ressources officielles
- Exercices pratiques
- Accompagnements

## PROGRAMME DE LA FORMATION

- Module 1 : Introduction au marketing digital
- Module 2 : Analyse de la cible et du marché
- Module 3 : Stratégie de contenus
- Module 4 : SEO et optimisation des contenus
- Module 5 : Publicité en ligne et Google Ads
- Module 6 : Email Marketing
- Module 7 : Analyse des données et optimisation continue

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- QCMs & auto-évaluation
- Test fin de parcours
- Attestation individuelle

## MOYENS

- Équipe pédagogique disponible
- Pédagogie active (théorie & pratique)
- Ressources en ligne

## DURÉE

35 h

## CODE RS

XXXX

## APPRENTISSAGE

- En classe virtuelle
- En présentiel

## PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA FORMATION - 1/2

**• Module 1 : Introduction au marketing digital (4H)**

Bienvenue, tour de table, présentations  
Définitions et concepts clés  
Comprendre les fondements du marketing digital  
Évolution du marketing traditionnel vers le marketing digital  
Avantages et enjeux du marketing digital

**• Module 2 : Analyse de la cible et du marché (7H)**

Apprendre à identifier et comprendre le public cible  
Techniques d'analyse du marché  
Création de personas  
Études de marché et outils de recherche

**• Module 3 : Stratégie de contenus (7H)**

Création d'un plan éditorial  
Types de contenu efficaces  
Gestion des blogs, réseaux sociaux, et autres canaux

**• Module 4 : SEO et optimisation des contenus (6H)**

Principes de base du SEO  
Techniques d'optimisation des moteurs de recherche  
Outils et ressources pour le suivi

## PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA FORMATION - 2/2

**• Module 5 : Publicité en ligne et Google Ads (3H)**

Principes de la publicité en ligne  
Analyse des performances publicitaires

**• Module 6 : Email Marketing (4H)**

Construction de listes et segmentation  
Stratégies d'automatisation  
Mesure de la performance

**• Module 7 : Analyse des données et optimisation continue (4H)**

Outils d'analyse de données  
Interprétation des données pour prendre des décisions  
Processus d'optimisation continue

**• Total : 35 H**

**A propos de notre organisme de formation :**



La certification qualité a été  
délivrée au titre de la catégorie  
suivante : "Actions de formation"