PROGRAMME DE BASE

GESTION DE PROJET, MARKETING DIGITAL, LANGUES

Marketing digital

Formation 100 % sur mesure · Intra, dans vos locaux · 2 jours (14 h)

Un site que personne ne visite, des réseaux sociaux alimentés sans stratégie, des contacts qui ne se transforment pas en prospects. Cette formation vous aide à choisir les bons leviers pour gagner en visibilité et générer des prospects qualifiés.

Objectifs de la formation

- Définir une stratégie marketing digital adaptée à son entreprise
- Choisir les bons leviers : site, réseaux sociaux, e-mailing, référencement
- Animer ses réseaux sociaux
- Mesurer ses résultats

PUBLIC CONCERNÉ
Responsables marketing, communication.

PRÉREQUIS
Aucun.

Parlons de votre besoin
Sophie Gendre · 06 42 73 39 61
Laetitia David · 06 42 73 40 54
contact@2cforma.fr
Devis gratuit sous 48 heures

Financement. Finançable par votre OPCO ou votre plan de développement des compétences. En cas de subrogation, nous déposons directement les éléments de fin de formation sur l'espace de votre OPCO.

Organisme certifié Qualiopi au titre de la catégorie Actions de formation. N° de déclaration d'activité : 53351040635

L'essentiel

DURÉE
2 jours — 14 heures

FORMAT
Groupe — 8 stagiaires maximum

LIEU
Intra, dans vos locaux
Bretagne et Île-de-France. Ailleurs en France, sur demande.

PUBLIC
Responsables marketing, communication

PRÉREQUIS
Aucun

TARIF
À partir de 1 350 € HT / jour
Pour un groupe de 8 personnes maximum. Selon la durée, le lieu et l'adaptation du programme à votre besoin. Devis gratuit sous 48 heures.

DÉLAI D'ACCÈS
3 semaines minimum après validation du devis, ou à la date de votre choix

ACCESSIBILITÉ
Situation de handicap ? Notre référent handicap étudie avec vous les adaptations possibles.
Laetitia DAVID, référente handicap
06 42 73 40 54 ·
laetitia.david@2cforma.fr

Programme

2 jours · 14 heures | Groupe, 8 stagiaires maximum | Théorie 40 % · pratique 60 %

Un programme de base, adapté à votre contexte. Les modules ci-dessous sont un point de départ. Nous les ajustons avec vous, selon les situations que vos équipes rencontrent au quotidien et le contexte de votre entreprise. Un seul module vous concerne ? Un sujet manque ? Contactez-nous, nous construisons le programme avec vous.

JOUR 1 Définir sa stratégie — 7 h

01 Comprendre l'écosystème du marketing digital

02 Définir ses objectifs et ses cibles

03 Choisir les bons leviers

JOUR 2 Mettre en œuvre — 7 h

01 Animer ses réseaux sociaux

02 Produire des contenus utiles

03 Mesurer ses résultats

04 Construire son plan d'action

Méthodes et évaluation

Méthodes et moyens pédagogiques

Support pédagogique remis à chaque participant, échanges interactifs, travail en sous-groupes. Méthode participative et active, avec des exercices ludiques permettant à chaque participant de s'impliquer, d'apprendre et d'expérimenter sur ses propres projets : techniques de pédagogie active, outils de créativité, visual mapping et jeux.

Modalités d'évaluation

- Avant : recueil des attentes et des situations à traiter
- Pendant : exercices et mises en situation
- En fin de formation : questionnaire d'acquisition des compétences (quiz et cas pratiques)
- À chaud : évaluation de la satisfaction par chaque stagiaire

Ce que vous recevez

PENDANT LA FORMATION
Un support pédagogique remis à chaque participant, et les outils utilisés en séance.

À L'ISSUE DE LA SESSION
Le résultat de l'évaluation des acquis, avec les points forts et les axes de progrès de chacun.

EN FIN DE FORMATION
L'attestation de fin de formation pour chaque participant.