

ORGANISATION

Durée : 90 heures

Mode d'organisation : Mixte (en présentiel et/ou à distance)

CONTENU PÉDAGOGIQUE

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel qui souhaite associer la communication web à son activité professionnelle, notamment en lien avec le marketing, la communication, la vente, le journalisme, le graphisme, l'administration...

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Ce **cours marketing digital** vous donnera **les bases du marketing numérique** pour être capable de :

- Elaborer une stratégie de communication digitale performante et mesurable
- Sélectionner et utiliser les différents moyens et techniques de communication et d'animation en ligne
- Optimiser et rentabiliser ses investissements de communication web
- Établir une stratégie de dialogue et d'engagement adaptée aux communautés sur les réseaux sociaux

DESCRIPTION

Durée : 12 journées de formation.

Horaires : matin (08h45-12h30) ; après-midi (13h45-17h30).

Contenu de la formation marketing digital :

- **Marketing digital** - Définir ses audiences avec les Personas afin d'établir une relation avec ses clients ou prospects
- **Communication digitale** - Accroître sa visibilité pour développer sa notoriété et ses objectifs commerciaux par des actions ciblées
- **Rédaction web** - Travailler sa stratégie de contenus et rédiger pour attirer l'attention et convaincre les utilisateurs
- **Marketing de contenu** - Placer le consommateur au centre de ses contenus et augmenter la crédibilité de son entreprise
- **Inbound marketing** - Profiter des différents canaux de communication pour intéresser ses prospects et les transformer en clients
- **Réseaux sociaux** – Connaître les spécificités de chaque réseau et réaliser la stratégie sociale de son entreprise
- **Social Ads** - Gérer des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux pour toucher et engager ses communautés
- **SEO** - Optimiser la rédaction des textes d'un site pour en favoriser le référencement naturel
- **SEA** - Construire une campagne de référencement payant (search et display) avec l'outil Google Ads
- **Google Analytics** - Evaluer la portée de ses activités en ligne et analyser le comportement des consommateurs avec l'outil Google Analytics
- **E-mailing** - Créer des campagnes d'e-mailing ciblées et performantes
- **E-commerce** - Faire connaître son e-shop et mettre en place une stratégie de vente en ligne
- **Objectifs web** - Définir des objectifs quantitatifs (conversions) et qualitatifs (notoriété, image)
- **Cas pratique** - projet de groupe ayant pour objectif d'analyser la problématique d'une entreprise, de définir une stratégie digitale et de la présenter

PRÉREQUIS

Aisance dans l'utilisation d'Internet (utilisation des moteurs de recherche, courrier électronique...).

Posséder un profil actif et des connaissances utilisateur des réseaux sociaux (Facebook, Instagram et LinkedIn).

Français courant (la formation est uniquement animée en français).

Compréhension écrite de l'anglais un atout.

Pour les dates de cours en présentiel, la formation requiert l'utilisation d'un ordinateur portable (recommandé avec un antivirus) et son chargeur personnels.

Pour les dates de cours à distance (certains jours des sessions de Genève uniquement), la formation requiert un ordinateur équipé d'une webcam et d'une connexion Internet avec un bon débit.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Chaque apport théorique est suivi d'une phase de mise en pratique à travers des exercices appropriés qui intègrent l'utilisation de modèles de prompts pour l'IA, facilitant l'application immédiate des connaissances acquises.

La formation est organisée en groupe de 20 participants maximum.

Le cours Marketing Digital et Réseaux Sociaux est animé par des formateurs et professionnels spécialisés dans le domaine du web.

Cours à Genève : mixte, dates en présentiel ou à distance selon planning de chaque session.

Cours à Lausanne : 100% présentiel.

MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Supports de cours et ressources via notre plateforme e-learning, accès valable 1 année.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

L'atteinte des objectifs fait l'objet d'un contrôle régulier, à travers des exercices et cas pratiques permettant à l'apprenant de se situer.

Un certificat **Marketing digital & réseaux sociaux** est délivré au terme de la formation lorsque les critères suivants sont remplis :

- Un taux de présence au cours de 80% minimum
- Un taux de réussite au test QCM final de 70% minimum
- La validation du projet d'atelier certifiant en sous-groupe à la fin de la formation

Dans le cas où ces conditions ne sont pas remplies, le **certificat est remplacé** par une attestation dans laquelle figure le nombre de jours de présence du participant.

FINANCEMENT

CHF 3'000.-

+ Coaching préparatoire à la certification Google Analytics : CHF 250.- (en option)

TOTAL : CHF 3'250.-

Découvrez [nos différentes modalités de financement](#) ou contactez-nous.

Financement de l'État de Genève

Pour financer une partie de votre formation, faites une demande de [Chèque annuel de formation](#) (CAF) :

N° de l'institut : 80

Référence du cours : 2829

Valeur du CAF : CHF 750.-

> Prix du cours ramené à : CHF 2'250.-