INSTITUT UNIVERS

Tel: 034 33 48 64 | Mob: 0561 790 453 | Email: institutunivers@hotmail.fr
Address: Rue Aissat Idir - Akbou 06001 - Bejaia |Site Web: institut-univers.com

Marketing Digital.

Formation alternée de moyenne durée -FAMD-

Durée: 06 MOIS - 65 HEURES

Coût: 36 000.00 DA

Avance: 18 000.00 DA

Tranches: 1 tranche de 18 000.00 DA

Cible:

Étudiants en commerce, marketing, communication ou gestion souhaitant acquérir des compétences opérationnelles en digital.
Jeunes diplômés cherchant à renforcer leur employabilité dans les métiers du digital.
Personnes en reconversion voulant comprendre les bases du marketing digital et apprendre à utiliser les outils essentiels.
Entrepreneurs débutants souhaitant promouvoir leur activité grâce aux outils numériques.
Toute personne souhaitant développer des compétences pratiques en création de contenus, publicité en ligne, SEO local, réseaux sociaux, email marketing et mesure de performance.

Pré-requis:

- Niveau d'études : niveau 2AS.
- Savoir utiliser un ordinateur et naviguer sur Internet.
- Maîtriser les fonctions de base de la bureautique (navigation Web, messagerie électronique, traitement de texte).
- Être motivé à développer des compétences en marketing digital et en communication numérique.
- Aucune connaissance préalable en marketing digital n'est exigée : la formation est accessible aux débutants.

Objectif:

Acquérir une compréhension complète et pratique des fondamentaux du marketing digital.
Maîtriser les principaux outils et canaux digitaux : réseaux sociaux, SEO local, email marketing, publicité Facebook/Google, Google Business Profile, WordPress, Canva…
Développer une approche stratégique : définition d’objectifs, création de contenus, planification, ciblage, optimisation.
Réaliser des exercices pratiques à chaque séance pour apprendre par la pratique.

Savoir analyser les performances grâce à des KPI simples et d’être capable d’interpréter les résultats.
Créer un projet final complet.

Programme:

Séance 1 – Introduction au marketing digital
1. Qu’est-ce que le marketing digital ?
2. Quels sont ses objectifs principaux ?
3. Quels sont les avantages du digital vs le marketing traditionnel ?
4. Quels sont les canaux essentiels du marketing digital ?
5. Qu’est-ce qu’un KPI et pourquoi il est important ?
6. Quelles sont les règles d’éthique de base dans le digital ?

Séance 2 – Fondamentaux du branding digital
1. Qu’est-ce que le branding digital ?
2. Qu’est-ce qui compose l’identité d’une marque ?
3. Quelle est la différence entre image, notoriété et réputation ?
4. Comment définir la voix d’une marque (Brand Voice) ?
5. Qu’est-ce que le storytelling d’une marque ?
6. Comment appliquer AIDA pour écrire un message branding simple ?

Exercice : Inventer un slogan et un message court AIDA pour une marque fictive.

Séance 3 – Création de contenus professionnels
1. Quels sont les formats de contenu les plus utiles aujourd’hui ?
2. Comment écrire un hook qui attire l’attention ?
3. Comment rédiger un bon CTA (appel à l’action) ?
4. Quelles sont les règles d’un contenu professionnel ?
5. Comment créer un visuel simple et efficace avec Canva ?

Exercice : Créer 1 post court + CTA et 1 visuel simple Canva.

Séance 4 – Stratégie de contenu & calendrier éditorial
1. Comment fixer un objectif pour le contenu ?
2. Comment choisir les thèmes de contenu ?
3. Comment construire les piliers de contenu ?
4. Comment organiser son contenu dans un calendrier ?
5. Comment créer un calendrier simple sur Notion ?

Exercice : Faire un calendrier simple de 6 contenus pour 2 semaines.

Séance 5 – Réseaux sociaux organiques
1. Comment fonctionne l’algorithme des réseaux sociaux ?
2. Comment optimiser un profil social professionnel ?
3. Comment augmenter l’engagement sans publicité ?
4. Quels KPI simples regarder en organique ?
5. Comment analyser les résultats d’un post ?

Exercice : Optimiser un profil + publier 1 post et analyser les réactions.

Séance 6 – Publicité sur réseaux sociaux
1. Comment sont structurées les campagnes Ads ?
2. Comment choisir l’objectif publicitaire ?
3. Comment créer une audience ciblée ?
4. Comment définir un budget simple ?
5. Comment lancer une pub sur Meta Ads Manager ?

Exercice : Créer une audience + budget et rédiger le texte d’une publicité.

Séance 7 – Google Business & SEO local
1. Qu’est-ce que le SEO local ?
2. Comment créer une fiche Google Business ?

3. Quelles infos mettre dans la fiche ?
4. Comment répondre aux avis clients ?
5. Comment publier un post local sur Google Business

Exercice : Créer une fiche fictive.

Séance 8 – Email marketing

1. Pourquoi utiliser l’email marketing ?
2. Comment créer une liste d’emails ?
3. Qu’est-ce qu’une segmentation simple ?
4. Comment écrire un email clair et pro ?
5. Quels KPI email essentiels suivre ?

Exercice : Rédiger une liste de 10 idées de sujets email + écrire 1 email.

Séance 9 – Publicité Google Search & Display

1. Quelle est la différence entre Search Ads et Display Ads ?
2. Comment choisir les bons mots clés ?
3. Qu’est-ce que le score de qualité ?
4. Comment écrire une annonce search simple ?
5. Comment proposer une idée de display Ads ?

Exercice : Rédiger 3 annonces search simples + 1 idée display Ads.

Séance 10 – Landing page & conversion

1. Pourquoi créer une landing page ?
2. Quels éléments essentiels doit-elle contenir ?
3. Comment écrire un bon titre de page ?
4. Comment placer un CTA qui convertit ?
5. Comment créer une landing simple sur WordPress ?

Exercice : Rédiger la structure d’une landing + écrire 2 versions de CTA.

Séance 11 – Mesure & reporting

1. Que doit-on mesurer en priorité ?
2. Comment analyser le trafic (bases) ?
3. Comment analyser l’engagement (bases) ?
4. Comment faire un rapport simple ?
5. Comment proposer des actions à partir des données ?

Séance 12 – Projet final

1. Quel est le business choisi ?
2. Qui est mon persona ?
3. Quels sont mes objectifs SMART simples ?
4. Quels sont mes 3 piliers de contenu ?
5. Quels messages je dois créer ?
6. Quel visuel je dois produire ?
7. Qu’est-ce que je dois mesurer après le lancement ?
8. Quelles actions proposer ?