ATOUT MAJEUR
CONSEIL | FORMATION

Prenez de la hauteur

Construire une approche commerciale et marketing numérique

Durée de la formation :
5 jours (35h)

Horaires de formation
08h45 – 12h30 / 13h45 – 17h00

Pré-requis
Avoir déjà été confronté à la mise en œuvre de stratégie commerciale.

Public visé
Dirigeants d'entreprises, managers, directeurs et responsables communication, marketing ou e-commerce, responsables commerciaux.

Objectifs et compétences visées
À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de : Comprendre les enjeux stratégiques, organisationnels et technologiques imposés par Internet Acquérir une approche globale et structurée du marketing digital Connaître les principaux outils utilisés pour mettre en œuvre une stratégie digitale Acquérir les fondamentaux des principaux leviers digitaux Cerner les nouveaux enjeux liés à la Data Connaître les indicateurs clés pour piloter sa stratégie digitale

Organisation
Formation animée en présentiel et distanciel. Groupe de 3 à 8 personnes. Emargement signée par ½ journée par les stagiaires et le formateur. A l'issue du stage les apprenants renseignent un questionnaire d'évaluation à chaud qui est ensuite analysé par nos équipes.

Le formateur
La prestation est animée par un consultant formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par Atout Majeur.

Moyens techniques et pédagogiques
Alternance entre théorie et pratique. Mise à disposition d'une salle équipée. Support de cours.

Validation des acquis et attestation
Les exercices réalisés permettent de mesurer le degré de compréhension et d'acquisition des compétences visées. Une attestation de formation comportant les résultats de l'évaluation des acquis est délivrée en fin de formation.

Comprendre l'impact du digital pour les entreprises

Connaître les quatre phases d'évolution du marketing digital : des moteurs de recherche à l'Internet des objets…
Identifier comment les technologies modifient en profondeur les usages des consommateurs.
Comprendre la nécessaire transformation des entreprises à l'heure du digital et les impacts sur le marketing.
Zoom sur les six piliers de la transformation digitale.

Intégrer le digital dans les stratégies marketing

Intégrer le digital dans sa stratégie marketing/communication.
Découvrir la méthodologie BTC : de l'audit aux plans d'actions sur les différents points de contacts.
Identifier les enjeux du digital pour les marques et l'importance de devenir Digital Friendly.
Comprendre la notion de plateforme de marque à l'heure du digital.
Passer de l'exposition à l'engagement.
Mettre en place un plan d'action intégré et identifier les complémentarités avec les points de contact traditionnels.
Exemples et réussites de cas d'intégration du digital.

Découvrir les évolutions du marketing digital à l'heure de la Data

Passer de l'emailing au programme relationnel multi-canal.
Découvrir le marketing automation et les nouvelles possibilités de scénarios.
Appréhender les différents types de Data disponibles pour les entreprises.
Distinguer E-CRM, CRM, Social CRM, Open Data, 1st party, 2nd party, 3rd party…
Comprendre la révolution de la publicité online : du médiaplanning à l'audience planning et au programmatique.
Comprendre l'évolution des modes d'achat et les nouvelles possibilités de ciblages marketing.
S'organiser face aux nouveaux enjeux et opportunités offertes par la Data pour le digital.
Comprendre les dimensions techniques, métiers et juridiques de ces plateformes.

Mettre en place un site efficace

Maîtriser les concepts de définition et de construction d'un site : personas, UX design, langage de développement…
Appréhender l'impact des usages mobiles sur les sites Internet.
Différencier mobile first, mobile only, site responsive et application mobile.
Déterminer des indicateurs pertinents pour suivre et piloter les performances de son site.
Identifier les outils de collecte d'informations et donner du sens à ses indicateurs.
Passer du reporting à l'optimisation de son site.

Optimiser l’expérience client sur son site grâce aux outils de test A/B, aux outils de personnalisation, aux enquêtes...

Améliorer son référencement

Comprendre les bases de l’optimisation du référencement naturel.
Maîtriser le fonctionnement de l’algorithme Google.
Connaître les techniques d’optimisation du référencement dans les moteurs : codage, pertinence du contenu, netlinking...
Comprendre le fonctionnement du référencement payant.
Assimiler le fonctionnement de la plateforme Google Adwords : définition des enchères, affichage dans les résultats...
Connaître les différents ciblages possibles de Google Adwords : géographique, horaire, retargeting...
Comprendre les fonctionnalités proposées : call to action, store visit...
Identifier les complémentarités entre référencement naturel et référencement payant.

Optimiser l’utilisation des médias sociaux

Découvrir les dernières tendances des médias et réseaux sociaux.
Mettre en place une stratégie de présence sur les réseaux : quels réseaux sociaux choisir et quel contenu produire ?
Élaborer des plannings conversationnels pertinents.
Gérer et piloter vos réseaux sociaux : les principaux outils à connaître.
Exemples et bonnes pratiques de stratégies marketing sur les réseaux sociaux.

Pour vous inscrire

04.78.14.19.19
contact@atoutmajeur-ra.com / www.atoutmajeurlyon.com

(Mise à jour : 11-2026)