Web marketing

Stratégie digitale et acquisition.

Programme de formation - version 3.0 - mise à jour du 02/10/2026

Informations pratiques

Public visé	Entrepreneurs, responsables marketing/communication, commerciaux et collaborateurs souhaitant structurer l'acquisition digitale.
Prérequis	Être à l'aise avec l'ordinateur et Internet ; disposer idéalement d'un site ou d'une offre à promouvoir.
Durée	35 heures - 5 jours
Modalités	Présentiel ou distanciel. Ordinateur et connexion Internet requis.
Modalités d'accès	Demande de devis via le site, par courriel ou par téléphone, analyse du besoin, validation du devis puis signature de la convention de formation. En cas de financement avec subrogation, l'inscription est confirmée après accord de prise en charge de l'OPCO.
Délai d'accès	8 jours après la signature de la convention de formation professionnelle ou 15 jours après accord de prise en charge par l'OPCO en cas de demande de subrogation.
Tarif	Sur devis. Le devis précise le coût en fonction de la durée, du nombre de participants, du lieu, des modalités et des éventuels frais associés.
Accessibilité	Les besoins liés à une situation de handicap ou à un besoin particulier sont recueillis avant la session. MAJY Insertion étudie les adaptations possibles (rythme, supports, accessibilité des locaux, modalités pédagogiques) et mobilise, si nécessaire, les ressources ou partenaires compétents.
Contact	contact@majy-insertion.com - 06 09 74 62 40

Finalité de la formation

Stratégie digitale et acquisition.

Objectifs opérationnels

- Définir une stratégie digitale cohérente.
- Construire des contenus utiles.
- Comprendre SEO, SEA, réseaux sociaux et emailing.
- Mesurer les résultats et optimiser.
- Construire un plan marketing digital sur 90 jours.

Contenu de la formation

1. Stratégie digitale

- Cibles, parcours et proposition de valeur.
- Objectifs, canaux et priorités.
- KPI et plan de mesure.

2. Site, contenu et SEO

- Pages de conversion.
- Mots-clés, contenus et maillage.
- SEO technique : repères essentiels.

3. Réseaux sociaux

- Choix des plateformes.
- Calendrier éditorial.
- Community management.

4. Acquisition payante et emailing

- Principes Google Ads/Meta Ads.
- Ciblage, budget et créations.
- Emailing et segmentation.

5. Analytics et plan d'action

- Conversions, coûts et rentabilité.
- Tableau de bord.
- Plan 90 jours.

Méthodes pédagogiques

Ateliers sur le projet du participant, démonstrations, exercices sur PC et analyse de campagnes.

Moyens pédagogiques et techniques

Ordinateur, connexion Internet, comptes/outils de démonstration, modèles et tableaux de bord.

Positionnement en amont

Questionnaire ou échange de positionnement en amont permettant d'identifier l'expérience, les attentes, le niveau initial et les éventuels besoins d'adaptation.

Évaluation des acquis

Diagnostic initial, exercices à chaque levier et présentation d'un plan marketing digital.

Suivi et preuve de réalisation

Attestation de fin de formation et/ou certificat de réalisation mentionnant l'intitulé, les dates et la durée réalisée.

Programme de référence. Avant chaque contractualisation, MAJY Insertion analyse le besoin du commanditaire. Le programme remis avec le devis ou la convention reprend les objectifs, contenus, durée et modalités applicables à la session concernée.