

La formation en résumé

Adaptée aux débutants, cette formation est conçue pour vous donner les compétences clés en marketing digital. Vous apprendrez à optimiser votre présence en ligne, à créer du contenu attractif, et à élaborer une stratégie digitale efficace. Encadrée par des experts du marketing, cette formation vous offre toutes les bases pour faire décoller votre entreprise. Idéale pour les entrepreneurs, les TPE et PME, cette formation vous apprendra à utiliser les outils digitaux essentiels pour attirer et fidéliser vos clients.

Vous bénéficiez dès le démarrage de votre formation d'un accès à des activités de micro-learning téléchargeable sur smartphones et tablettes via votre app store ou play store. Cette application vous permet d'approfondir de façon rapide, simple et ludique les thèmes abordés au cours de votre formation. Grâce à des jeux, quizz, vidéos et fiches de synthèse construits en lien direct avec votre formation, vous pourrez vous entraîner et ancrer vos connaissances.

Cette formation est **certifiante** et **éligible au CPF** avec le passage du **Certificat de Compétences en Entreprise (C.C.E) => [Piloter les actions de communication numérique](#)**

Objectifs :

Acquérir toutes les compétences et outils nécessaires pour gérer, mettre en oeuvre et développer la visibilité de son Entreprise sur Internet

Participants :

Toute personne en charge de la communication Web dans son entreprise

Prérequis :

Être à l'aise avec Internet et l'environnement informatique. Des connaissances en marketing sont un plus.

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
Support de formation remis aux participants.
Groupe de 3 à 12 participants maximum.
Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.
Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.
Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

Modules obligatoires

Formation : Construire une stratégie marketing digital
— (14 heures)

Formation : Les bases du référencement naturel (SEO)
— (7 heures)

Piloter son trafic avec Google Analytics
— (7 heures)

Modules optionnels



2 630 €
(non assujetti à la TVA)

- 28 heures
- Certificat de compétences en entreprise
- Éligible au CPF
- Formation diplômante
- Mise en pratique
- Accès micro learning / mobile learning inclus
- Parcours / Cycle

Formation Réseaux sociaux : développez votre stratégie et communication

— (14 heures)

Mener des campagnes publicitaires avec Google Ads (SEA)

— (7 heures)

La formation en résumé

Dans un monde où le digital est incontournable, bâtir une stratégie marketing solide est la clé pour attirer de nouveaux clients et renforcer votre présence en ligne. Grâce à cette formation, apprenez à définir des objectifs clairs, à choisir les bons canaux (**SEO, réseaux sociaux, email marketing**) et à optimiser votre budget pour maximiser vos résultats.

Cette formation vous permet de maîtriser les outils digitaux essentiels pour développer votre activité et toucher votre cible efficacement.

Objectifs :

- Comprendre les leviers de l'efficacité sur internet
- Avoir les outils et méthodes pour organiser sa stratégie numérique au meilleur coût
- Savoir dialoguer avec les agences digitales

Participants :

Formation destinée aux communicants et porteurs de projet souhaitant une visibilité globale sur le web

Prérequis :

- Maîtriser la navigation web - Adresse mail active et consultable

Le contenu

Le web d'aujourd'hui : social et communautaire

- L'écosystème digital : hébergement et nom de domaine, typologies de sites, notions de CMS, différents contenus et fonctionnalités du web
- Le comportement des internautes : e-commerce, réseaux sociaux, génération de leads
- Une adaptation constante à la mobilité : sociale, locale, mobile
- Le cloud computing améliore la performance de votre entreprise"

Construire et présenter une stratégie internet

Construire sa stratégie webmarketing

- La définition de ses objectifs et KPI
- Les cibles et personas : facteur clé de succès d'une stratégie réussie
- Le positionnement de marque

Développer sa visibilité sur le web : Les leviers du webmarketing

- Le référencement naturel et l'inbound marketing
- La publicité sur Internet et le référencement payant
- Les réseaux sociaux et l'e-réputation
- L'emailing et le marketing automation

Améliorer votre performance avec les outils du web

- Les outils liés aux médias
- Les outils webmarketing

1 060 €

(non assujetti à la TVA)



(14 heures)



Accès micro learning / mobile learning inclus



Appartient au(x) cycle(s) :

Concevoir et déployer la communication digitale en entreprise (formation certifiante)
Cycle Créateur d'Entreprise

Dates et villes

À distance -

Sessions à venir - Nous contacter

Lyon - 04 72 53 88 00

- 10/03, 11/03
- 15/05, 16/05
- 15/09, 16/09
- 13/11, 14/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 13/11, 14/11
- 12/05, 13/05

Roanne - 04 77 44 54 69

- 13/11, 14/11
- 12/05, 13/05

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur. Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

La formation en résumé

Le référencement naturel (SEO) permet à un site web de se positionner correctement sur les moteurs de recherche en fonction des requêtes de l'internaute. Au delà des critères techniques, sémantiques et ergonomiques relatifs aux bonnes pratiques du référencement, la formation propose une réflexion sur les nouvelles tendances de communication et de marketing dont l'Inbound marketing. Enfin, la formation aborde les principaux aspects de l'analyse des données web en vous proposant quelques outils.

Objectifs :

- Connaître les principales techniques de référencement
- Optimiser votre référencement naturel
- Comprendre le fonctionnement de Google

Participants :

Formation destinée aux communicants et porteurs de projet souhaitant communiquer sur leur entreprise via le web et acquérir une visibilité

Prérequis :

- Maîtriser la navigation web

Le contenu

Le référencement naturel : de quoi parle-t-on ?

- Le fonctionnement des moteurs de recherche
- L'arrivée des algorithmes de Google en Europe
- Le référencement naturel s'inscrit dans un processus d'inbound marketing

Les optimisations techniques et ergonomiques

- Les indispensables : balises, serveur, sitemap...
- L'URL, les métadonnées et autres balises
- L'expérience utilisateur comme levier d'optimisation

Le référencement naturel : outil de communication centré sur le contenu

- La création de contenu pour attirer des visiteurs
- La création d'un blog professionnel et les bonnes pratiques pour l'animer
- La méthodologie de production de contenus référencés

Le référencement naturel : outil marketing

- L'utilisation des liens pour être trouvé
- La stratégie de linking à mettre en place
- Le développement de sa marque et l'optimisation de sa notoriété grâce aux partenariats

Les outils du référencement naturel

- Les outils généralistes
- Les outils plus spécifiques

535 €

(non assujetti à la TVA)



(7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Concevoir et déployer la communication digitale en entreprise (formation certifiante)

Dates et villes

À distance -

- 01/01, 31/12

Lyon - 04 72 53 88 00

- 20/03
- 27/05
- 30/09
- 25/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 26/05
- 20/11

Roanne - 04 77 44 54 69

- 26/05
- 20/11

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

La formation en résumé

Comprendre et analyser les données de votre site web est crucial pour améliorer vos performances en ligne. Avec cette formation, apprenez à suivre précisément le comportement de vos visiteurs, à mesurer l'efficacité de vos actions marketing et à identifier les leviers de croissance pour augmenter votre trafic. Vous découvrirez comment configurer **Google Analytics**, analyser des rapports et utiliser des indicateurs clés pour optimiser vos campagnes et maximiser votre retour sur investissement.

Objectifs :

- Savoir utiliser les outils d'analyse pour suivre l'évolution de la fréquentation de son site Internet et prendre des décisions

Participants :

Dirigeants, personnes chargées du marketing, de la communication ou du site internet

Prérequis :

- Pour que la formation soit efficace, les stagiaires devront posséder un site web et/ou avoir suivi le parcours de formation webmarketing dans sa globalité

Le contenu

Qu'est-ce que la data analyste ?

- Les enjeux de la data analyse pour l'entreprise
- La mise en place d'une stratégie de mesure

Compréhension et choix des KPI

- Les indicateurs de performance
- La comparaison des objectifs
- Lire et analyser ces indicateurs

Paramétrage de Google Analytics

- Mise en pratique : la création d'un compte
- Les paramétrages indispensables pour utiliser l'outil efficacement
- Les différentes vues et la gestion des utilisateurs
- Définition des objectifs en fonction de sa cible
- Google Analytics : la présentation de l'interface et la définition des principaux indicateurs

Les différentes sources d'information

- L'audience de votre site Web : connaître ses internautes
- Les sources d'acquisition de trafic et le retour sur investissement de votre communication
- Le comportement des internautes sur votre site
- L'analyse des objectifs et des conversions sur votre site

535 €

(non assujetti à la TVA)



(7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Concevoir et déployer la communication digitale en entreprise (formation certifiante)

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 11/04
- 13/06
- 13/10
- 09/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 13/06
- 09/12

Roanne - 04 77 44 54 69

- 13/06
- 09/12

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur. Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

La formation en résumé

Les réseaux sociaux sont un canal incontournable dans tout projet de communication Web. L'image de votre entreprise, de votre marque, de vous-même doit être maîtrisée car elle peut rapidement être exposée à des commentaires. Cette formation vous propose d'appréhender les principaux réseaux sociaux (**Facebook, LinkedIn, Pinterest, Instagram, Tiktok**), de comprendre leur fonctionnement et spécificités de contenus.

Objectifs :

- Comprendre les réseaux sociaux
- Connaître leur fonctionnement
- Créer et promouvoir son profil
- Gérer son e-réputation
- Communiquer grâce aux réseaux sociaux
- Intensifier sa présence sur le net
- Recruter, fidéliser des clients
- Animer une communauté
- Mesurer un retour sur investissement

Participants :

Tout responsable ou collaborateur d'entreprise souhaitant découvrir et utiliser les réseaux sociaux pour valoriser son entreprise

Prérequis :

- La formation s'adresse à un public ayant peu ou pas de connaissances des réseaux sociaux
- Avoir une boîte mail valide et accessible le jour de la formation

Le contenu

Connaître les réseaux sociaux

- L'état des lieux et les principaux réseaux sociaux
- Les fonctionnalités principales, les différences et les typologies d'usages
- L'intérêt des réseaux sociaux pour l'entreprise et les conditions préalables
- Un nouveau métier : le community manager
- La notion centrale d'engagement pour les réseaux sociaux
- Le langage social de chaque réseau

Découvrir Facebook

- La différence entre Profil et Page
- Le fonctionnement algorithmique de Facebook (Edge Rank)
- L'analyse des statistiques pour l'amélioration continue de l'expérience utilisateur

Découvrir LinkedIn

- Un réseau social professionnel
- Optimiser son personal branding
- Travailler sa marque employeur
- Introduction au social selling

Découvrir Pinterest et Instagram

- La photo comme vecteur de visibilité
- La notion de stratégie d'influence

Découvrir TikTok

- Les spécificités de TikTok
- L'incontournable : Les challenges TikTok
- La vidéo au cœur du réseau

Quels contenus sur les réseaux sociaux ?

- La spécificité de la rédaction de contenu sur les réseaux sociaux
- La typologie de contenus et usages

1 060 €

(non assujetti à la TVA)



(14 heures)



Accès Mobile learning



Appartient au(x) cycle(s) :

Concevoir et déployer la communication digitale en entreprise (formation certifiante)

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 17/03, 18/03
- 22/05, 23/05
- 25/09, 26/09
- 20/11, 21/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 19/05, 20/05
- 17/11, 18/11

Roanne - 04 77 44 54 69

- 19/05, 20/05
- 17/11

Créer sa stratégie social media professionnelle

- Le choix des réseaux en fonction de son secteur d'activité
- Le planning de diffusion : optimiser votre temps et pertinence
- Structurer son contenu : créer une charte éditoriale par réseau
- Quelle stratégie ? Se poser les bonnes questions stratégiques : objectifs, cibles, positionnement
- La place des réseaux sociaux dans la stratégie de communication globale

Brand content : savoir susciter l'intérêt

- Amorcer la visibilité de votre marque sur les réseaux sociaux
- Les règles et pratiques pour être vu ou trouvé
- Les techniques pour fidéliser ses abonnés
- L'expérience utilisateur : miser sur la valeur ajoutée pour séduire les socionautes

Gestion de la relation avec ses socionautes

- La recherche de l'engagement et la proximité avec l'internaute
- Les bonnes pratiques de la modération de ses contenus
- La création d'une communauté et l'aspect participatif des réseaux sociaux
- La gestion de l'e-réputation et des bad buzz : étude de cas

Promouvoir sa page, son compte

- Les campagnes publicitaires (Meta Ads)

Monitoring et reporting

- Les outils de suivi, de planification et d'optimisation de ses réseaux
- L'analyse des statistiques pour l'amélioration de sa stratégie

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur. Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

Mener des campagnes publicitaires avec Google Ads (SEA)

Marketing Digital - 2025

La formation en résumé

En complément du référencement naturel, réaliser une campagne publicitaire payant sur différents supports s'avère très pertinent pour optimiser la communication de son entreprise et développer sa visibilité sur le web. Stratégie de campagne, choix des types de campagnes, choix des mots-clés, rédaction des annonces, ...

Cette formation **Google Ads** vous permet de mettre en place une stratégie de communication et de marketing efficace et d'analyser directement son retour sur investissement

Objectifs :

- Comprendre le fonctionnement de la plus grosse plateforme de communication web : Google Ads (SEA)
- Faire ses premiers pas dans l'interface
- Etre capable de paramétrer, d'optimiser sa campagne de communication web

Participants :

Tout dirigeant ou collaborateur souhaitant promouvoir son entreprise sur Google Ads

Prérequis :

- Utilisation courante d'Internet

Le contenu

Définition et stratégie de référencement payant

- Définition du référencement payant et de Google Ads
- Panorama des différents réseaux de Google Ads : search, display, vidéo, shopping
- Différents types de campagnes pour différents objectifs et cibles

Présentation de Google Ads

- Parler le langage Google Ads
- La présentation de Google Ads : l'interface
- Le paramétrage de son compte Google Ads

Le fonctionnement de Google Ads

- L'arborescence de campagne
- Les campagnes dans Google Ads
- Les groupes d'annonces

Les enchères et les concurrences

- Création et pilotage d'une campagne de search dans Ads
- Le choix des bons mot-clés
- La rédaction des annonces

Optimisation de sa campagne

- Les landing Pages
- L'optimisation continue des annonces et des mots-clés
- La lecture et l'analyse des bons KPI

535 €

(non assujetti à la TVA)



(7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Concevoir et déployer la communication digitale en entreprise (formation certifiante)

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 03/04
- 05/06
- 09/10
- 04/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 03/06
- 04/12

Roanne - 04 77 44 54 69

- 03/06
- 04/12

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises.

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur. Un questionnaire d'Analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#)

