

Cycle "Stratégies d'Engagement Client et d'Impact sur les Réseaux Sociaux"

Marketing Digital - 2025

La formation en résumé

Approfondissez vos compétences digitales et découvrez des nouveaux leviers comme l'Inbound Marketing, l'automation marketing. Les projets digitaux demandent des compétences de plus en plus complexes que ce soit dans le domaine de la communication sur les réseaux sociaux, le référencement naturel/mobile, les nouveaux formats publicitaires ou l'augmentation de la conversion.

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.

Parcours de formation **éligible au CPF** avec ajout la certification "[Développer l'activité commerciale avec les réseaux sociaux](#) (300€)

2 955 €

(non assujetti à la TVA)

Éligible au CPF sous conditions (nous consulter)



(35 heures)



Éligible au CPF



Accès micro learning / mobile learning inclus



Parcours / Cycle



Mises en situation

Objectifs :

- Acquérir, développer et mettre en oeuvre les nouvelles techniques webmarketing comme le inbound marketing, data visualization ou l'e-mailing automation
- Réajuster votre stratégie existante

Participants :

Professionnels du marketing, de la communication, de la gestion de projet, et du web souhaitant acquérir de nouvelles compétences métiers

Prérequis :

Savoir gérer et utiliser les leviers webmarketing ou avoir suivi le cycle webmarketing débutant

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.

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

Inbound Marketing : faites venir les internautes vers votre entreprise

— (7 heures)

Stratégie avancée sur les réseaux sociaux

— (14 heures)

Créez votre stratégie publicitaire online

— (14 heures)

Modules optionnels

Google Analytics niveau avancé

— 7 heures

Le référencement naturel niveau avancé (SEO)

— (7 heures)

Inbound Marketing : faites venir les internautes vers votre entreprise

Marketing Digital - 2025

La formation en résumé

Les méthodes traditionnelles de prospection et de génération de leads voient leur rendement diminuer : Google Ads, la prospection téléphonique, emailings "à froid", publicités sur les réseaux sociaux,... Les acheteurs, les consommateurs ont changé. Ils changent vite, ils ont changé profondément car la technologie permet de faire des choses que nous n'imaginions pas il y a dix ans. Aujourd'hui, 80% des internautes font une recherche en ligne avant d'acheter un produit ou un service. 60% du processus d'achat est réalisé avant de rencontrer un vendeur. Les internautes ne supportent plus les contacts commerciaux non sollicités. Ils veulent piloter la relation commerciale. Face à ces constats, les entreprises doivent s'adapter pour construire une nouvelle relation avec leurs clients et prospects à chaque étape du cycle d'achat. L'inbound marketing est une méthode qui répond à cet enjeu. Elle permet d'attirer les internautes pendant leur phase de préparation à l'achat, de les aider, d'initier une relation avec eux pour vendre mieux, plus vite, avec de meilleures marges.

Objectifs :

- Comprendre les enjeux de l'inbound marketing et techniques de l'inbound marketing et du marketing de contenu
- Générer plus de leads qualifiés
- Mieux fidéliser ses clients

Participants :

Responsable e-marketing,
Responsables Commerciaux, Chefs de projet Web, Chargée de communication

Prérequis :

- Connaître et utiliser les leviers du marketing digital : SEO, réseaux sociaux, emailings, ...OU avoir suivi la formation "Construire sa stratégie Webmarketing"

Le contenu

Pourquoi l'inbound marketing est un levier de réussite du marketing digital ?

Quel est le rôle du contenu dans l'inbound marketing ?

Comment baliser le parcours des internautes ?

Quels outils augmentent la génération de leads ?

Ateliers pratiques

- Définition de vos "buyers persona" ou clients type
- Réalisation de votre matrice de contenus
- Formalisation de votre plan de création de contenus et de balisage du parcours utilisateurs

535 €

(non assujetti à la TVA)



(7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle "Stratégies d'Engagement Client et d'Impact sur les Réseaux Sociaux"

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 17/03
- 22/05
- 23/09
- 20/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

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

Cette formation vous aide à passer au niveau supérieur en maîtrisant les techniques avancées pour booster votre visibilité, engagement et conversions sur les réseaux sociaux. Découvrez comment exploiter les algorithmes, créer des contenus viraux et utiliser la publicité ciblée pour toucher votre audience idéale. Apprenez à analyser vos performances et ajuster vos actions pour maximiser l'impact de votre présence en ligne. Cette formation vous donnera les clés pour faire des réseaux sociaux un moteur de croissance puissant pour votre activité.

Objectifs :

- Mettre en application de l'inbound marketing
- Mettre en place la publicité sur les réseaux sociaux
- Créer des applications pour les réseaux sociaux

Participants :

Chefs de projets, Responsables Web, Webmasters, Chargé(e)s de communication, Community managers, Web marketeurs

Prérequis :

- Connaître et utiliser les réseaux sociaux ou avoir suivi la formation "Initier sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux"

Le contenu

Inclure les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication digitale

- Le marketing mobile prédomine sur les réseaux sociaux
- Stratégie social media et choix des réseaux
- La charte éditoriale pour structurer son contenu et ses prises de parole
- Le planning rédactionnel

Fonctionnement algorithmique des réseaux sociaux et travail sur l'engagement

- Mise en application de l'inbound marketing
- L'engagement au coeur de la stratégie social media des entreprises
- Les réseaux sociaux comme nouveau canal dans la gestion de la relation client
- L'expérience utilisateur pour booster et souder sa communauté
- Le content marketing comme facteur clé de l'engagement

La notion de social content marketing

- Stratégie de brand content : du snack content au slow content
- Méthodologie de création de contenus
- Les contenus tendances sur les réseaux sociaux
- Les mécanismes du newsjacking et de l'User Generated Content
- Focus sur les jeux concours et outils de création

Protéger sa marque en gérant son e-réputation

- Les enjeux de l'e-réputation
- Les risques pour la marque : le bad buzz et sa gestion
- Le rôle clé du community manager et la communauté
- Les outils de gestion de sa e-réputation

Le personal branding : être crédible en ligne pour vendre ou être recruter

- Les bonnes pratiques du personal branding
- Organisation de sa veille
- Les leviers hors des réseaux sociaux

1 060 €

(non assujetti à la TVA)



(14 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle "Stratégies d'Engagement Client et d'Impact sur les Réseaux Sociaux"

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 31/03, 01/10
- 02/06, 03/06
- 02/10, 03/10
- 27/11, 28/11

Le social selling

- Processus de vente via les réseaux sociaux
- Construire et fidéliser son réseau professionnel
- La page entreprise LinkedIn : une vitrine de sa société et le développement de sa marque employeur
- Outils de social selling

La notion de Dark Social

- La relation client et le dark social
- Animer une communauté de manière plus personnalisée
- Humaniser la marque et les relations

L'analyse du retour sur investissement

- Analyse des statistiques
- Amélioration continue de l'expérience utilisateur
- Outils de suivi et de reporting
- Outils de planification et gestion des réseaux

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](#)

La formation en résumé

Boostez vos ventes avec une stratégie publicitaire en ligne efficace !

Apprenez à concevoir des campagnes publicitaires percutantes qui génèrent des résultats concrets. Grâce à cette formation, vous maîtriserez les outils essentiels (Google Ads, Facebook Ads, etc.) pour créer des annonces ciblées, maximiser votre budget et attirer vos clients idéaux. Vous découvrirez comment définir vos objectifs, choisir les bons canaux et optimiser vos campagnes pour un retour sur investissement optimal.

Objectifs :

- Connaître les différents formats de publicités en ligne
- Formats publicitaires proposés par Google
- Formats pub via les réseaux sociaux
- Notions d'affiliation, native advertising et sponsored content
- Les publicités à enjeux spécifiques : Amazon Advertising, ASA, ...
- Panorama d'autres formats et prestataires de publicités en ligne

Participants :

Chefs de projets, Responsables Web, Webmasters, Chargé(e)s de communication, Community managers, Web marketeurs

Prérequis :

- Connaître les fonctionnalités de base de Google Ads ou avoir suivi la formation " Mener des campagnes publicitaires avec Google Ads"

Le contenu

Connaître les différents formats de publicités en ligne

- Formats publicitaires proposés par Google
- Formats pub via les réseaux sociaux
- Notions d'affiliation, native advertising et sponsored content
- Les publicités à enjeux spécifiques : Amazon Advertising, ASA, ...
- Panorama d'autres formats et prestataires de publicités en ligne

Maîtriser les fonctionnalités avancées de Google Ads pour en connaître le potentiel

- Les extensions d'annonces et les priorisations d'enchères
- Optimisation des campagnes via les termes de recherche des internautes
- L'analyse des KPI et des concurrents
- Identifier les leviers d'optimisation de ses campagnes en cours

Autres formats de Google Ads : Display, Vidéo, Shopping

- La création de campagnes Display dans Google Ads
- Les différents formats Vidéos et la création de campagnes
- Maximiser vos ventes via les campagnes Shopping Shopping et fonctionnement de Google Merchant Center
- Mettre en place le retargeting dans Google Ads

La publicité via les réseaux sociaux

- Panorama des solutions publicitaires des principaux réseaux
- Les enjeux des social ads
- La publicité pour vendre vs. la publicité pour animer la communauté
- Différents formats pour différents objectifs
- La maîtrise de l'audience

La publicité sur Facebook et Instagram

- Introduction à l'outil de gestion des publicités : Meta Business Manager
- Comprendre la logique de machine learning dans les réseaux sociaux
- Savoir configurer une campagne et les paramètres principaux
- Formats avancés : le retargeting, audience similaire, boutique et catalogue, vidéo mid-roll, ...

1 060 €

(non assujetti à la TVA)



(14 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle "Stratégies d'Engagement Client et d'Impact sur les Réseaux Sociaux"

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 07/04, 08/04
- 16/06, 17/06
- 13/10, 14/10
- 11/12, 12/12

Les autres formes de publicités online

- La publicité via les influenceurs ou les contenus sponsorisés
- Maîtriser le principe de l'affiliation : stratégie, bonnes pratiques et outils
- Le native advertising ou publicité camouflée

Mettre en place une stratégie publicitaire globale et performante

- Développer une stratégie d'acquisition payante
- Penser sa stratégie pour avoir des résultats performants
- Combiner les forces des différents formats en fonction de votre activité
- Gestion et arbitrage des budgets publicitaires en ligne
- L'analyse des KPI et le suivi du ROI

Créativité publicitaire : élément de performance publicitaire

- La copy strategy et le concept au service de la publicité en ligne
- Éléments visuels : créer une publicité attractive
- Éléments de discours : chercher l'adhésion et atteindre vos objectifs en respectant votre image de marque
- Osez la créativité et les formats originaux

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](#)

La formation en résumé

Décryptez vos données et optimisez vos performances avec Google Analytics !

Maîtriser **Google Analytics** est essentiel pour améliorer votre stratégie digitale. Cette formation avancée vous permet d'aller plus loin dans l'analyse de vos données : suivez les performances de votre site web, identifiez les comportements clés de vos visiteurs et ajustez vos actions marketing en temps réel. Vous apprendrez à configurer des rapports personnalisés, suivre des conversions spécifiques et utiliser les segments avancés pour obtenir des insights précieux. Idéal pour les TPE et PME souhaitant maximiser leur ROI en exploitant tout le potentiel des données analytiques !

Objectifs :

- Créer des segments personnalisés
- Comprendre le comportement des internautes
- Analyser son site (ergonomie, flux, contenus, tunnel de conversion) pour l'optimiser

Participants :

Chefs de projets web, Responsables marketing, Responsables E-Commerce, Chargé(e)s de communication, Webmarketeurs

Prérequis :

Avoir suivi la formation "Piloter son trafic avec Google Analytics" ou connaître les principales fonctionnalités de l'outil

Le contenu

Les Indicateurs Clés de Performance (KPI)

- Définir ses objectifs
- Les indicateurs essentiels
- Calcul du ROI

Prise en main de Google Analytics

- Fonctionnement de l'outil
- Analyse du comportement des internautes
- Etude des canaux

Fonctionnalités avancées

- Suivi des campagnes avec outil de création d'url
- Segments personnalisés
- Configurer des filtres avancés

Mise en place de rapports personnalisés

- Création de tableaux de bord
- Reportings automatiques personnalisés

Amélioration des performances de son site

- Optimisation des campagnes d'acquisition
- Améliorer le taux de conversion du tunnel

535 €

(non assujetti à la TVA)



7 heures



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle "Stratégies d'Engagement Client et d'Impact sur les Réseaux Sociaux"

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 15/04
- 24/06
- 14/10
- 16/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

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

Vous maîtrisez déjà les bases du SEO ? Passez à la vitesse supérieure avec cette formation avancée en référencement naturel. Apprenez à optimiser chaque aspect de votre site web pour améliorer durablement sa position sur Google. De l'audit technique au netlinking en passant par l'optimisation des contenus et l'analyse des performances, vous découvrirez les techniques les plus efficaces pour générer un trafic qualifié.

Idéale pour les TPE et PME, cette formation vous permettra de propulser votre visibilité en ligne et de renforcer votre compétitivité sur le web.

Objectifs :

- Optimiser votre référencement
- Comprendre et anticiper les enjeux du "Index Mobile First" de Google
- Développer le content marketing

Participants :

Chefs de projets, Responsables Web, Webmasters, Chargé(e)s de communication, Community managers, Web marketeurs

Prérequis :

- Connaître les techniques de base du référencement naturel ou avoir suivi la formation "les bases du référencement naturel"

Le contenu

Fonctionnement et évolutions des moteurs de recherche

- Fonctionnement de base des moteurs de recherche et algorithmes de Google
- La concurrence comme moteur du SEO
- Les nouvelles fonctionnalités : knowledge graph, position 0, My Business, ...
- Évolutions vers le prédictif et l'assistance personnelle

Les optimisations techniques

- L'importance de la montée en sécurité : le https
- Les micro-datas
 - Gérer le duplicate content de son site
 - Optimiser son crawl budget
- Outils d'analyse et d'audit
- Apprivoiser la Search Console de Google
-
-

La tendance du web mobile

- L'algorithme Mobile First
- Le nouveau format AMP

Le content marketing

- Optimiser son maillage interne
 - La notion de cocon sémantique
- Adapter son champ lexical au local ou global
- Optimiser son contenu pour la recherche vocale
- Outils d'optimisation sémantique

535 €

(non assujetti à la TVA)



(7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle "Stratégies d'Engagement Client et d'Impact sur les Réseaux Sociaux"

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 27/03
- 12/06
- 07/10
- 08/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

La stratégie de linking

- La recherche de liens naturels de qualité : stratégie et linkbaiting
- L'importance des anchor text
- Optimiser son profil de lien : répartition des liens follow, no follow
- Création d'un réseau de sites thématique
- Les outils d'audit et d'optimisation de liens

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](#)

