

Marketing Digital et Growth Hacking



- Comprendre les concepts clés et les tendances actuelles de la communication numérique, y compris les principes du référencement naturel (SEO) et de la publicité payante (SEA).
- Appliquer les stratégies de webmarketing et de growth hacking pour optimiser les campagnes de communication numérique et atteindre les objectifs de l'entreprise.
- Utiliser efficacement les outils tels que Google Analytics, Google Search Console et Google Ads pour analyser et optimiser les performances des campagnes numériques.
- Évaluer l'impact des publications sur les réseaux sociaux et adapter la stratégie de communication en conséquence pour maximiser l'engagement et la portée.
- Développer un plan d'action pour améliorer les compétences collectives de l'équipe et assurer une veille professionnelle continue dans le domaine de la communication numérique.

DURÉE : 25 heures d'E-learning + 7 heures avec un expert

PRÉREQUIS : Savoir utiliser un ordinateur

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES : Action de formation et mise en situation sous forme d'exercice, évaluation des acquis en fin de formation.

METHODES PEDAGOGIQUES STAGIAIRES ET MOYENS TECHNIQUES : Formation au centre de formation Neoone ou possibilité de Visio.

EVALUATION AVANT FORMATION

1

Objectif pédagogique : Comprendre les concepts clés de la communication numérique et identifier les compétences existantes et les besoins de formation des participants.

Résumé : Test de positionnement pour évaluer les connaissances préalables des participants en matière de communication numérique.

IMAGE DE MARQUE

2

Objectif pédagogique : Comprendre les tendances actuelles en matière de communication numérique et apprendre à créer et positionner une image de marque solide et cohérente.

Résumé : Exploration des tendances actuelles, création de prototypes de logo, identification de la clientèle et définition du business model. Introduction à l'inbound et l'outbound marketing.

Référencement naturel (SEO)

3

Objectif pédagogique : Maîtriser les principes du référencement naturel (SEO) pour optimiser la visibilité d'un site web dans les moteurs de recherche et générer un trafic qualifié.

Résumé : Présentation du SEO, SERP, utilisation de la Google Search Console, analyse du trafic des concurrents, optimisation de la structure technique, du contenu et de la

popularité du site.

PUBLICITE PAYANTE (SEA)

4 **Objectif pédagogique** : Comprendre les principes de la publicité payante (SEA) et apprendre à créer et gérer des campagnes publicitaires sur Google Ads et YouTube pour atteindre les objectifs de l'entreprise.

Résumé : Analyse du trafic des concurrents, présentation du SEA, création et gestion de campagnes Google Ads et YouTube Ads, estimation du budget et optimisation des coûts.

RESEAUX SOCIAUX

5 **Objectif pédagogique** : Évaluer l'impact des publications sur les réseaux sociaux et adapter la stratégie de communication en conséquence pour maximiser l'engagement et la portée.

Résumé : Scoring des réseaux sociaux, création de contenu adapté aux réseaux sociaux et analyse de l'impact des publications.

STRATEGIE DU GROWTH HACKING

6 **Objectif pédagogique** : Appliquer les stratégies de webmarketing et de growth hacking pour optimiser les campagnes de communication numérique et atteindre les objectifs de l'entreprise.

Résumé : Utilisation du dorking Google, analyse du ROI et du CTLV, introduction au scrapping et méthodes de scrapping sans code.

TRACKING ET ANALYSE DE DONNEES

7 **Objectif pédagogique** : Utiliser efficacement les outils tels que Google Analytics, Google Search Console et Google Ads pour analyser et optimiser les performances des campagnes numériques.

Résumé : Mise en place de Google Tag Manager, Google Analytics, Google Search Console, suivi du SEO et installation du tracking de conversion Google Ads.