Communication digitale

La communication digitale : un levier d'acquisition marketing

2 jours (14h00) | 4,6/5 | MKT-C19COMWEB | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 530 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Assimiler les particularités de la communication digitale.
- Identifier les facteurs de succès d'un site web performant.
- Concevoir et gérer des campagnes on-line en intégrant les médias sociaux.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun.

Public concerné

Directeurs, responsables marketing, communication.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?
- Comment être visible sur les moteurs de recherche grâce au SEA ?
- Comment bien gérer l'e-réputation de sa marque ?

Adapter sa communication aux évolutions du digital

- Maîtriser le parcours client digitalisé pour adapter sa stratégie de communication.
- Réussir son digital storytelling à l'ère du mobile et des réseaux sociaux pour développer son influence.
- Construire le branding en s'appuyant sur le marketing de valeurs.
- Organiser son plan de communication autour du nouveau mix marketing : Emotion, Expérience, Exclusivité, Engagement.

Concevoir et diffuser des contenus pour développer la visibilité et le trafic

- Définir la ligne éditoriale de son site internet : conseils et retours d'expérience.
- Appliquer les principes du référencement naturel pour rédiger son contenu et augmenter sa visibilité.
- Travailler l'ergonomie de ses contenus pour améliorer leur lisibilité et leur efficacité.
- Décupler les performances de ses contenus grâce à la publicité digitale : Google Ads, social ads...

Travailler ses contenus pour générer des leads, convertir et fidéliser

- Créer des contenus adaptés à la stratégie d'inbound marketing pour attirer des visiteurs.
- Allier contenus, CRM et marketing automation pour accompagner la maturité de ses leads.
- Développer des contenus uniques et différenciants pour augmenter le trafif sur son site e-commerce et déclencher les ventes.
- Exploiter ses contenus pour construire des communautés de marque.

Organiser la production, la diffusion et le suivi des performances de ses communications

- Construire et alimenter sa newsroom : outils et bonnes pratiques.
- Sélectionner des indicateurs de performance pertinents pour mettre en place un tableau de suivi adapté.
- Établir un budget pour maîtriser ses investissements et ressources.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.