

PROGRAMME DE FORMATION

Fondamentaux du marketing digital *pour entreprises*

Structurer sa présence en ligne en 7 heures — de l'audit initial au plan d'action budgété, avec mesure du ROI.

DURÉE	FORMAT	MÉTHODE	PRÉREQUIS
7 heures	100 % distanciel	Blended learning	Aucun

01 Intitulé de l'action et objectifs pédagogiques

Intitulé : Fondamentaux du marketing digital pour entreprises — structurer sa présence en ligne en 7h.

À L'ISSUE DE LA FORMATION, L'APPRENANT SERA CAPABLE DE

1 Réaliser un audit de base de la présence en ligne de son entreprise.

2 Identifier et sélectionner les leviers d'acquisition digitale (SEO, SEA, réseaux sociaux) adaptés à sa cible.

3 Construire un plan d'action marketing digital cohérent et budgété.

4 Mettre en place les indicateurs de performance (KPIs) pour mesurer le retour sur investissement.

02 Public cible et prérequis

Public visé

Dirigeants, entrepreneurs et salariés de TPE, PME ou ETI — notamment les équipes marketing, communication ou vente — souhaitant monter en compétences sur la stratégie digitale.

Prérequis

Aucun prérequis technique exigé. Une aisance basique avec l'outil informatique et la navigation web est nécessaire.

03 Positionnement et analyse du besoin

Avant l'entrée en formation, un **questionnaire de positionnement** intégré à la fiche d'inscription est complété par le participant. Il recueille :

- **Le niveau initial** — présence en ligne existante, site web, réseaux sociaux actifs.
- **Les attentes et objectifs concrets** du participant.
- **Le contexte professionnel** — structure, secteur, fonction.

Les réponses sont exploitées par le formateur pour adapter l'accompagnement, en particulier lors des séquences synchrones de l'après-midi (coaching et construction du plan d'action).

04 Durée et modalités d'organisation

Durée totale : 7 heures, réparties sur une journée en deux temps complémentaires.

MATINÉE

4 h distanciel asynchrone

E-learning, capsules vidéo et exercices d'application en autonomie sur son propre projet.

APRÈS-MIDI

3 h distanciel synchrone

Classes virtuelles en direct, coaching personnalisé et échanges interactifs avec le formateur.

05 Modalités pédagogiques

Méthode **active et participative (Blended Learning)** séquencée sur une journée :

Asynchrone — le matin

Apports théoriques via capsules vidéo, documents ressources et exercices d'application directe (audit et préparation) sur le projet du participant.

Synchrone — l'après-midi

Échanges en visioconférence pour valider la compréhension, débriefer les exercices du matin et structurer le plan d'action de manière interactive.

06 Déroulé détaillé, module par module

MATIN · ASYNCHRONE

Mod. 1 L'écosystème digital et l'audit

1 h 30

Enjeux du digital B2B / B2C. Grille d'audit : site web, réseaux sociaux, e-réputation.

ACTIVITÉ – Audit express de sa propre structure.

Mod. 2 Les leviers d'acquisition

1 h 30

Panorama : SEO, SEA (publicité), Social Media (LinkedIn, Meta), emailing.

ACTIVITÉ – Sélectionner 2 leviers prioritaires.

Mod. 3 Mesure, analytics et préparation

1 h 00

Introduction aux KPIs. Suivi (Google Analytics 4). Calcul du ROI digital.

ACTIVITÉ – Tableau de bord simplifié + questions pour le live.

APRÈS-MIDI · LIVE

Mod. 4 Débrief et fixation des objectifs

1 h 00

Analyse collective des audits du matin. Méthode SMART. Alignement marketing / ventes.

Mod. 5 Construction du plan d'action

1 h 00

Atelier pratique : structurer son plan d'action (calendrier, budget, ressources). Coaching personnalisé.

Mod. 6 Évaluation et synthèse

1 h 00

Présentation par chaque participant de son plan d'action. Retours du formateur. Évaluation finale.

07 Moyens techniques et encadrement

Moyens techniques

- **Plateforme LMS sécurisée** (asynchrone) avec capsules vidéo (Loom) et templates téléchargeables.
- **Visioconférence** (synchrone) : Google Meet ou Zoom, partage d'écran et interaction en temps réel.

Encadrement

Jean-Philippe MIGNY, président et formateur, justifiant de **8 années d'expérience** en marketing digital, complétées par **20 ans dans les télécoms et la cybersécurité**.

08 Modalités de suivi et d'évaluation

Suivi de l'exécution

Relevés de connexion sur la plateforme LMS (asynchrone) ; feuilles d'émargement numériques pour les classes virtuelles synchrones.

Évaluation des acquis

- QCM de validation des connaissances en ligne.
- Évaluation formative continue via les études de cas.
- Présentation orale du plan d'action (sommatif).

Une évaluation de la satisfaction est réalisée à chaud en fin de formation.

09 Sanction de la formation

Une **attestation de fin de formation** — précisant la nature, les acquis et la durée de l'action — est remise au participant à l'issue de la formation par HAZIORDIGITAL.

10 Accessibilité & handicap

Formation à distance, sans contrainte d'accès aux locaux. HAZIORDIGITAL **étudie au cas par cas les besoins d'adaptation** (rythme, supports, outils). Référent handicap : **referent-h@haziordigital.fr** — orientation possible vers les ressources spécialisées (Agefiph, RHF).

11 Tarif

TARIFICATION

Sur devis

Devis personnalisé selon le nombre de participants et le contexte.
contact@haziordigital.fr · +33 6 12 98 43 36

12 Inscription et délai d'accès

Inscription validée à réception de la **convention de formation dûment signée** par l'entreprise cliente.

15 jours **calendaires minimum** — délai d'accès après signature de la convention, sous réserve des conditions de règlement.

13 Réclamations

Toute réclamation peut être adressée à **contact@haziordigital.fr**. Un accusé de réception est transmis et une réponse apportée **sous 3 jours ouvrés**.