



SFE Formation
Siret 898 766 266 00016
76 rue de la Pompe 75116 Paris
admin@sfeformation.com

Déclaration d'activité enregistré sous le numéro 11756242775
auprès du préfet de région d'Ile-de-France

Programme de formation de E - Marketing

Durée : 15 heures

Délai d'accès : 15-30 jours

Modalité de formation : en présentiel ou en visioconférence selon la demande du stagiaire

Le coût total de formation : 1050 € HT + T.V.A. 20% = 1260 € TTC

1. À qui s'adresse cette formation ?

- Public visé
 - Les personnes qui désirent comprendre les enjeux du E-Marketing et mettre en œuvre des stratégies afin d'utiliser dans un contexte professionnel
 -  Accessibilité de nos formations aux personnes en situation de handicap. Nous accueillons tout type de public et sans distinction. Cependant, si vous êtes en situation de handicap, vous pouvez être amené à avoir besoin d'un accompagnement spécifique ou d'une aide adaptée, veuillez nous contacter par mail ou en composant le 06 67 25 86 16.
- Pré-requis nécessaire
 - Pas de pré-requis nécessaire. Le stagiaire doit disposer d'un ordinateur connecté à internet s'il s'agit d'une formation en visioconférence.

2. Objectifs de formation

À l'issue de cette formation, le stagiaire sera capable d'utiliser les connaissances du E - Marketing afin de créer des campagnes SEA, SEM sur différentes plate-formes.

3. Contenu

① Le Marketing digital (3h)

- Les stratégies digitales et leurs modèles
- Les applications digitales aux Touchpoints pour la marque

② SEO (5h)

- Les techniques et les outils du référencement naturel (SEO)
- L'audit SEO du site web et l'optimisation
- La performance du site web
- L'analyse et le choix des mots-clés, du titre et de la description
- Google optimisation

③ Les publicités digitales (7h)

- La conception du SEA
- La conception et les bonnes pratiques du EDM
- Google Ads
- SEM sur les plate-formes
- Les aspects du Social Paid
- Les outils réseaux sociaux (Youtube, TikTok, Instagram, Facebook, etc)
- Les formats du display (texte, image, audio, vidéo)
- Cas pratique : Créer une campagne de SEA
- Cas pratique : Créer une campagne de SEM

4. Tableau croisé du contenu, du référentiel de compétences et de la modalité d'évaluation¹

Compétence visée	Contenu indiqué dans la partie précédente	Modalité d'évaluation
Être capable de créer des campagnes SEA	1, 2, 3	Sera évalué par le premier cas pratique
Être capable de créer des campagnes SEM	1, 2, 3	Sera évalué par le deuxième cas pratique

¹ la modalité d'évaluation est présentée dans la partie 5 : organisation.

5. Organisation

- Formateur
 - Formateur expérimenté, diplômé en Marketing et Communication
- Moyens pédagogiques et techniques
 - Méthode pédagogique : affirmative, active et expositive
 - Moyens pédagogique : exposés théoriques, cas pratique
 - Ressources pédagogiques : supports de formation projetés et programme de formation
 - Moyens techniques : ordinateur, outil de visioconférence, mise à disposition des supports à la suite de la formation
- Dispositif de suivi de l'exécution et d'évaluation des résultats de la formation
 - Modalité d'évaluation de la pré-formation : test niveau initial
 - Modalité d'évaluation des acquis : à l'issue de la formation, le stagiaire aura **deux cas pratiques** à réaliser (seuil de réussite 12/20).
 - Modalités d'évaluation de satisfaction : questionnaire de satisfaction à chaud
 - Justificatif de réalisation et d'assiduité : feuille d'émargement
 - Sanction de la formation : attestation de fin de formation