

METTRE EN ŒUVRE UNE STRATÉGIE DE MARKETING DIGITAL

NAIAS FORMATION - FOD FACTORY
44000 NANTES

Informations pratiques

Du 19/5/2025 au 28/11/2025

- en centre : 330 heures
- en entreprise : 330 heures
- Temps plein
- En continu
- Cours de jour

Formation hybride

[Le détail de la session sur le site de l'organisme](#)

Naias Formation - Fod Factory

Quai de Malakoff
44000 Nantes
01-84-17-80-43
organisation@naias-conseil.fr
<https://www.naias-conseil.fr/formations/>

Réunions d'information collective

Non renseigné

Portes ouvertes

Non renseigné

Inscriptions

Ouvert

Pré-requis

Niveau d'entrée : Sans niveau spécifique

Afin de suivre ce parcours, il est important :

- D'être à l'aise et autonome sur l'outil informatique ;
- De connaître à titre personnel l'utilisation des réseaux Facebook, LinkedIn et Instagram ;
- D'avoir une très bonne compréhension de la langue française.

Lieu de la formation

Naias Formation - Fod Factory
Quai de Malakoff 44000 Nantes
01-84-17-80-43

organisation@naias-conseil.fr

Financements possibles

- Non renseigné

Objectif Général

Certification

Objectifs

- Définir l'ensemble des personae (clients cibles) sur le Web en étudiant la concurrence et en se basant sur l'offre de produits ou de services de l'entreprise afin de prioriser les axes stratégiques.
- Élaborer la stratégie marketing digital d'une marque ou d'un site en sélectionnant les bons leviers d'acquisition de trafic (référencement naturel et payant, social media naturel et payant, content marketing...) en fonction des étapes de développement pour développer le chiffre d'affaires en ligne de l'entreprise.
- Créer un département marketing digital en utilisant et en développant les compétences du personnel existant pour amorcer le virage digital de l'entreprise.
- Rédiger les fiches de postes d'éventuels recrutements pour optimiser le virage digital de l'entreprise et compléter les compétences de l'équipe existante.
- Définir une stratégie d'externalisation des tâches dont la compétence n'est pas internalisable pour des raisons financières ou de compétences indisponibles afin de répondre à un besoin précis.
- Présenter un brief et négocier des prestations de marketing digital avec des agences, des freelances ou des plateformes digitales afin de sélectionner ses futurs prestataires.
- Gérer et faire évoluer les budgets alloués au marketing digital pour mettre en œuvre la stratégie marketing digital de l'entreprise.
- Surveiller la performance des campagnes digitales et du site via la mise en place d'outils d'analyse et de reporting en sélectionnant les indicateurs de performance pertinents par levier d'acquisition de trafic pour optimiser la performance des campagnes et la rentabilité.
- Faire évoluer l'offre digitale et la présence digitale de l'entreprise afin de maintenir ou accroître les parts de marché de l'entreprise en s'appuyant sur une veille constante du secteur d'activité tout en respectant les obligations du RGPD et en prenant en compte l'impact environnemental.
- Mettre en place la stratégie de fidélisation notamment via le marketing automation et le CRM (la relation client) ou encore les programmes de fidélité pour développer le chiffre d'affaires en ligne.
- Identifier les outils nécessaires pour la mise en place de la stratégie de fidélisation en prenant en compte les contraintes de l'entreprise.
- Respecter les bonnes pratiques de délivrabilité emailing afin que les envois arrivent en boîte de réception et non en spams.
- Coordonner les actions de la stratégie de fidélisation avec les autres départements en charge des autres canaux de communication et de distribution de la marque afin d'harmoniser le discours de marque.
- Définir une stratégie de segmentation de la base de données client afin de cibler plus efficacement les prospects notamment via la personnalisation.

Notre méthodologie atypique basée sur la réalisation d'une vraie mission de consulting en stratégie digitale permet d'acquérir la maîtrise stratégique et opérationnelle des leviers d'acquisition de trafic du marketing digital appliquée à des activités de génération de leads ou d'e-commerce. Pour en savoir plus : <https://www.naias-conseil.fr/certification-digital-marketing>

Résultats attendus

La maîtrise des connaissances du domaine de Marketing Digital.

Niveau d'entrée

Sans niveau spécifique

Organisation pédagogique

- > Modalité d'enseignement :
 - Formation hybride

En savoir plus

Source : Cariforef des Pays de la Loire - 244630 - Code établissement : 51182

CHOISIR MON MÉTIER, BONJOUR

Et vous êtes déjà **sur la bonne voix !**

La plateforme téléphonique d'information sur la formation professionnelle et l'apprentissage en Pays de la Loire.

Des chargé.e.s d'information à votre écoute

0 800 200 303 Service & appel gratuits